



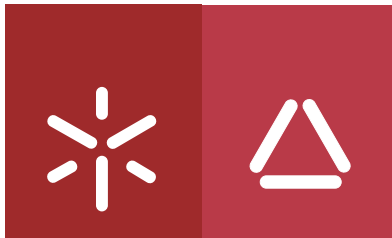
Pluralismo e diversidade nos media em Portugal – A blogosfera política em rede

Maria Elsa Sousa Costa e Silva de Moraes

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais







Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria Elsa Sousa Costa e Silva de Moraes

Pluralismo e diversidade nos media em Portugal – A blogosfera política em rede

Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação
Especialidade de Economia Política da Comunicação

Trabalho realizado sob a orientação da
**Professora Doutora Maria Helena Costa
Carvalho Sousa**

Setembro de 2012

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA TESE APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ____/____/____

Assinatura: _____

Agradecimentos:

A realização de um trabalho de doutoramento é um percurso individual, mas não necessariamente solitário. Agradeço a todos os meus colegas que me acompanharam, de um modo ou de outro, neste caminho. Em particular, deixo o meu obrigado à Sara e à Madalena pelo incentivo. À Madalena agradeço ainda o cuidadoso e rigoroso trabalho de revisão do texto.

Agradeço também à minha orientadora, a prof. Dra. Helena Sousa, por me ter introduzido neste campo da Economia Política da Comunicação, onde tenho desenvolvido a minha investigação e construído a minha “casa” disciplinar.

Estou igualmente reconhecida aos bloggers que participaram no inquérito de uma forma tão solícita e aos bloggers, políticos e jornalistas que acederam a responder às minhas perguntas.

Finalmente, recordo aqui a minha família, em particular o meu marido. E dedico este trabalho às minhas filhas, na esperança que possam vir a desenvolver uma intervenção cívica e cidadania participada.

Apoio financeiro:

Projecto desenvolvido com o apoio financeiro da Fundação para a Ciência e Tecnologia, no âmbito do programa Bolsas de Doutoramento SFRH/DB/45400/2008, co-financiado pelo Fundo Social Europeu.

Resumo

Esta investigação procura averiguar o papel dos blogues políticos na promoção da diversidade e do pluralismo, enquanto elementos constituintes da esfera pública. Sendo um novo espaço para a participação dos cidadãos na discussão política, os blogues têm sido perspectivados como uma plataforma onde podem emergir novas vozes e alternativas no âmbito do debate democrático. O nosso objectivo é perceber de que forma os blogues políticos portugueses podem cumprir este potencial de revitalização da intervenção cívica e política.

O trabalho assenta a sua reflexão teórica em dois eixos principais: a discussão em torno das problemáticas relacionadas com a diversidade e o pluralismo e o questionamento sobre a configuração da esfera pública, nomeadamente com o advento das novas tecnologias de informação. Propõe, como instrumento operacional de observação da realidade que pretende estudar, uma distinção conceptual entre pluralismo e diversidade. Genericamente, o pluralismo é entendido como a representação de organizações que estruturam uma sociedade, enquanto recursos duradouros e estabelecidos, e a diversidade definida como a manifestação da diferença, que potencia o aparecimento de vozes alternativas à estrutura e ao poder estabelecido. À luz desta distinção, é proposta uma leitura da legislação relativa à defesa do pluralismo e diversidade em Portugal, assim como é analisada a actuação da entidade reguladora.

Esta divergência conceptual é igualmente estruturante na análise da blogosfera política portuguesa, cuja imagem é providenciada, em primeiro lugar, pelos trabalhos empíricos já realizados e dados quantitativos que evidenciam uma prática ainda pouco explorada, sobretudo no que diz respeito aos blogues enquanto espaço diário de debate político. Assim, esta investigação teve por objectivo aprofundar o conhecimento sobre a blogosfera política portuguesa, inquirindo os seus autores, examinando as suas estratégias de hiperligação e analisando os conteúdos e temas debatidos. O inquérito aos bloggers procurou evidenciar as suas relações com o mundo offline em termos de partidos políticos, movimentos cívicos e media, assim como as suas práticas e traços sócio-demográficos. A análise das hiperligações mostra quem são os alvos preferenciais dos blogues, representa o relacionamento entre eles, e ainda como o discurso é construído, com recurso a links que propõem narrativas fluidas e não

sequenciais. A observação dos temas e conteúdos esclareceu as diferenças dos blogues face a outro discurso estruturante do espaço público, os *media*.

Face aos dados empíricos recolhidos e à reflexão teórica efectuada, esta dissertação discute finalmente as implicações dos blogues políticos na construção de uma alternativa de-partidarizada na esfera pública e na promoção da transparência da vida política, igualmente enquanto factores de qualificação das condições de produção do jornalismo e de literacia mediática. O trabalho questiona ainda os pressupostos de constituição dos blogues enquanto alternativa, dado o perfil sócio-demográficos dos seus autores e o paralelismo evidenciado entre o ritmo dos blogues e a cadência da vida política nacional – evidenciando, contudo, que a perspectiva dada pelos blogues ao debate político é distinta das dos jornais. Com base nas conclusões deste trabalho, são tecidas considerações relativas ao papel da regulação face aos blogues e as implicações desta pesquisa para os debates que atravessam actualmente as ciências da comunicação e as reflexões sobre as novas modalidades de participação política.

Abstract

This research seeks to investigate the role of political blogs in promoting diversity and pluralism, while constituting elements of the public sphere. Being a new space for citizen participation in political discussions, blogs have been analyzed as a platform where new voices and alternatives can emerge within the democratic debate. Our goal is to understand how Portuguese political blogs can fulfill this potential of civic revitalization and political intervention.

Our work bases its theoretical reflection on two main axes: the discussion of issues related to diversity and pluralism and the questioning of the configuration of the public sphere, particularly with the advent of new information technologies. It proposes, as an operational tool for observing the reality we want to study, a conceptual distinction between pluralism and diversity. Pluralism is understood as the representation of organizations that structure a society, that is with enduring and established resources, and diversity is defined as the display of difference, which encourages the upraise of alternative voices to structure and established power. In light of this distinction, we propose an examination of the legislation on protection of pluralism and diversity in Portugal, as well as an analysis the performance of the regulator.

This conceptual divergence is also structuring in the analysis of Portuguese political blogosphere, whose image is provided primarily by the available empirical work on this subject and quantitative data that highlight a practice still understudied, especially with regard to daily blogs as a space for political debate. Thus, this research aims to deepen the knowledge on the Portuguese political blogosphere, inquiring their authors, examining their linking strategies and analyzing the contents and subjects discussed. The survey sought to highlight bloggers to its relations with the offline world in terms of political parties, civic movements and *media*, as well as their practices and socio-demographic characteristics. The analysis of the links shows who are the prime targets of blogs, the relationship between them, and also how the discourse is constructed, using links that suggest fluid and not sequential narratives. The observation of the themes and content of blogs clarified the differences they represent in face of other structuring discourses of the public space, the *media*.

Given the empirical data collected and the theoretical reflection presented, this paper finally discusses the implications of political blogs in building an non-partisan alternative in the public

sphere and in promoting transparency of political life, while also being a factor of qualification of the conditions of journalism production and of media literacy. This work also questions the assumptions of the establishment of blogs as an alternative, given the socio-demographic profile of their authors and the parallelism shown between the rhythm of blogs and the cadence of national politics - revealing, however, that the perspective provided by blogs to political debate is distinct from newspapers. Based on the findings of this research, some considerations are presented on the role of regulation in relation to blogs and the implications of this research for the ongoing debates in communication sciences and in the reflections on new forms of political participation.

Índice geral:

1. Introdução: que papel para a blogosfera política?	1
1.1. Motivação da investigação	2
1.2. Desenho da investigação	11
1.3. Organização da tese	18
2. Pluralismo e Diversidade: conceitos e problemáticas.....	21
2.1. As implicações para a democracia.....	22
2.2. Pluralismo e Diversidade nos <i>media</i>	24
2.2.1. Os riscos da concentração	29
2.2.2. Indicadores de pluralismo e diversidade – a problemática da medição	33
2.3. Divergindo pluralismo e diversidade.....	36
2.4. Conclusões	44
3. O caso português: regulando o pluralismo e a diversidade	47
3.1. O quadro legislativo	48
3.2. A entidade reguladora: competências e acção.....	56
3.3. O debate em Portugal.....	63
3.4. Pluralismo ou diversidade?	69
3.5. Conclusões	71
4. Os <i>media</i> – velhas e novas estruturas	73
4.1. Os meios de comunicação social enquanto organizações	74
4.1.1. Os <i>media</i> em Portugal: crescimento e concentração	79
4.2. Jornalismo: profissionalização, discurso e fontes.....	82
4.2.1. Rotinas produtivas e relacionamento com fontes	84
4.3. O agenda-setting	89
4.4. Os novos <i>media</i>	91
4.5. Conclusões	95
5. Esfera pública, participação política e deliberação.....	97
5.1. A esfera pública	97
5.1.1. Esfera pública e <i>media</i>	101
5.1.2. Esfera(s) pública(s) e sociedade democráticas contemporâneas	103
5.2. Opinião pública na esfera pública	105
5.3. Democracia e deliberação	109
5.3.1. Novas modalidades de participação política.....	111
5.4. Conclusões	114

6. A nova configuração digital da esfera pública.....	117
6.1. Potencialidades e fragilidades da esfera pública digital.....	118
6.2. Os blogues: um espaço de novas possibilidades	125
6.2.1. A blogosfera como <i>ágora</i> político.....	131
6.3. Conclusões	140
7. A blogosfera em Portugal	143
7.1. O primeiro olhar, estudos e alguns números.....	143
7.1.1. Uma imagem quantitativa	149
7.2. A blogosfera política portuguesa	151
7.3. As raízes da blogosfera: uma incursão aos séculos XVIII e XIX.....	157
7.4. A (não) regulação da blogosfera.....	166
7.5. Conclusões	173
8. Práticas e perfis dos bloggers políticos portugueses	177
8.1. Desenho da abordagem empírica	177
8.1.1. Construção do modelo de análise	178
8.1.2. Administração do inquérito	181
8.2. A participação política blogada: traços e actividade dos actores.....	184
8.2.1. Uma imagem masculina e urbana	184
8.2.2. Uma comunidade activa e multi-presente.....	188
8.3. Os bloggers no cruzamento de esferas: do mundo online ao offline	195
8.3.1. Influência e participação	195
8.3.2. Novas lógicas de colonização: da política aos <i>media</i>	197
8.4. A teia de relações: explicando os nós.....	199
8.5. Conclusões	202
9. Os blogues na rede e rede de blogues.....	205
9.1. As hiperligações como estrutura da rede.....	206
9.1.1. Linkando os links – o valor da relação.....	207
9.1.2. Construindo significados – o sentido das hiperligações.....	210
9.2. Modelo de análise de hiperligações.....	213
9.2.1. O corpo da análise.....	220
9.3. Tecendo o mundo dos blogues	221
9.3.1. Os blogues entre o palco e a rede	227
9.3.2. A concentração dos links nos <i>media</i>	229
9.4. Dimensão externa das hiperligações: a autoridade na linha da frente	232
9.4.1. Ego links.....	232

9.4.2.	Links relacionais.....	235
9.4.3.	A blogosfera política em rede	237
9.5.	Dimensão interna das hiperligações: o discurso partilhado.....	247
9.6.	Conclusões	250
10.	De que falam os blogues políticos	255
10.1.	Blogues e <i>media</i> : agendas e atributos.....	255
10.2.	Blogues políticos: uma análise qualitativa dos conteúdos.....	258
10.3.	Temas e conteúdos: o mapa das agendas.....	261
10.3.1.	Diferenças e semelhanças entre blogues e jornais	262
10.3.2.	Tematização na blogosfera e na imprensa	268
10.4.	O enquadramento – blogues e jornais em confronto.....	270
10.4.1.	Primeiro caso: O pedido de ajuda externo ao FMI/FEEF	271
10.4.2.	Segundo caso: Atentados terroristas na Noruega	275
10.4.3.	Categorizando as diferenças entre blogues e jornais	279
10.5.	Conclusões.....	283
11.	Conclusão: as implicações dos blogues políticos.....	285
11.1.	Promovendo diversidade: virtudes e fragilidades da blogosfera	285
11.2.	Integrando a esfera pública: características da blogosfera	294
11.3.	Blogues políticos: que perspectivas para a regulação?	301
11.4.	Estudo da blogosfera política – contribuições disciplinares	309
11.4.1.	O diálogo inter- <i>media</i>	310
11.4.2.	Participação e democracia: cidadãos e partidos políticos	312
12.	Bibliografia	317
	Anexos	341

Índice de elementos gráficos

Figuras:

Figura 1.1 – Perspectiva de análise que enquadra os bloggers no ambiente offline	14
Figura 9.1. – Grafo com a representação de todas as relações estabelecidas entre blogues... ..	239
Figura 9.2. – Representação gráfica das interações negativas entre blogues	244
Figura 9.3. – Grafo do relacionamento positivo e neutro entre blogues	246
Figura 10.1. – Demonstração gráfica das interações entre os seis blogues analisados	277

Gráficos:

Gráfico 8.1. – Distribuição dos inquiridos por sexo	185
Gráfico 8.2. – Distribuição dos inquiridos por idade.....	187
Gráfico 8.3. – Frequência de actualização do blogue.....	188
Gráfico 8.4. – Presença dos bloggers inquiridos em outras redes sociais.....	189
Gráfico 8.5. – Ideologia perfilhada pelo blogue de acordo com os inquiridos.....	190
Gráfico 8.6. – Motivações dos bloggers para blogar (inquiridos podiam escolher mais que uma opção)	191
Gráfico 8.7. – Primeira prioridade dos inquiridos nos temas abordados nos posts	192
Gráfico 8.8. – Frequência de inclusão de links para notícias publicadas nos <i>media</i>	193
Gráfico 8.9. – Importância que bloggers atribuem aos comentários dos leitores.....	194
Gráfico 8.10. – Formas de participação na vida pública (inquiridos podiam escolher mais que uma)	196
Gráfico 8.11. – Nível de participação dos inquiridos em partidos políticos.....	199
Gráfico 9.1. – Distribuição de links do Delito de Opinião, Blasfémias, 5 Dias e Jugular	228
Gráfico 9.2. – Proporção de hiperligações de acordo com o tipo de acção subjacente.....	236

Índice de quadros:

Quadro 2.1 – Divergências conceptuais de pluralismo e diversidade.....	39
Quadro 3.1 – Deliberações do primeiro mandato da ERC relativas ao pluralismo	61
Quadro 6.1. – Investigações empíricas sobre blogosferas políticas	136
Quadro 7.1. – Proposta de classificação de nomes de blogues e publicações (nomes são exemplificativos, não exaustivos)	164
Quadro 8.1. – Modelo de análise para observação dos bloggers	180
Quadro 8.2. – Lista de blogues políticos seleccionados do Blogómetro para inquérito	183
Quadro 9.1. – Modelo de análise das hiperligações efectuadas nos blogues políticos.....	217
Quadro 9.2. – Resumo do número de posts e links, por semana	222
Quadro 9.3. – Distribuição dos links por categorias nas quatro semanas analisadas.....	224
Quadro 9.4. – Número de links para meios de comunicação social mais linkados	230
Quadro 9.5. – Distribuição dos links de acordo com a contribuição para o sentido do post	250
Quadro 10.1. – Lista dos blogues mais influentes, de acordo com diferentes critérios.....	260
Quadro 10.2. – Síntese das categorias distintivas de análise identificadas	282

Livro de estilo:

Referenciação:

Publicações: a citação de publicações periódicas é feita sem itálico ou aspas.

Blogues: a citação de blogues é feita sem itálico ou aspas.

Palavras estrangeiras: palavras como *site*, *website*, *media*, *mainstream* são usadas em itálico

Glossário de palavras estrangeiras ou adaptadas “naturalizadas”:

Blogue – *sites* na Internet, editados de forma cronológica que podem ter um único autor ou vários; caracterizados genericamente como “diários” online, podem assumir formas mais sofisticadas, incluindo imagens, vídeos e gráficos; podem ou não admitir comentários dos leitores.

Blogger – pessoa responsável pela edição do blogue, autor

Blogar – acto de escrever no blogue

Post – entradas datadas; mensagem individual, geralmente de curta extensão, colocadas nos blogues; tem normalmente um título e o conteúdo pode ser de natureza diversa (texto, links, som, imagem, vídeo, gráficos, tabelas, etc.)

Postar – acto de escrever um post

Link – hiperligação contida nas entradas dos posts; podem remeter para outros blogues, *sites* noticiosos ou outros, documentos, vídeos, etc.

Linkar – acto de fazer links

1. Introdução: que papel para a blogosfera política?

«Há em muitos, julgo, um desejo semelhante de não ter de começar, um desejo semelhante de se encontrar, desde logo, do outro lado do discurso, sem ter de considerar do exterior aquilo que ele pode ter de singular, de temível, de maléfico, talvez»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*.

Este trabalho procura averiguar as contribuições da blogosfera política portuguesa para a promoção do pluralismo e da diversidade. Os blogues políticos são um novo espaço de participação dos cidadãos na vida pública e política e têm sido crescentemente perspectivados por vários estudos académicos como um factor de revitalização da esfera pública. Sendo um meio com potencialidades promissoras em termos de promoção da crítica e da deliberação pública, falta verificar, contudo, no contexto nacional, o papel que os blogues políticos desempenham, de facto, na apresentação de novas vozes, perspectivas e opiniões.

Os blogues são páginas online editadas de forma cronológica inversa por um ou mais autores. A par do texto, a tecnologia permite a disponibilização de fotos, sons, imagens e vídeos. Os blogues são caracterizados por entradas normalmente curtas e podem admitir, caso o autor autorize, comentários dos leitores. Os temas abordados pelos bloggers e os formatos adoptados (uns apenas de imagens, outros de textos, muitos apostando na incorporação de hiperligações e alguns com estratégias mais isoladas, estabelecendo poucas ou nenhuma conexão ao resto da rede) são variados e híbridos, o que dificulta tentativas de classificação e categorização. Podem ser considerados espaços de auto-expressão, onde os autores manifestam sentimentos e experiências de vida próprias, ou projectos virados para a discussão de temas de interesse local, político ou relacionado com causas sociais. Há blogues individuais, mantidos por um único autor, ou colectivos, com várias pessoas a alimentar o fluxo de entradas. Apesar da diversidade de projectos, ou talvez por causa mesmo desta variedade de configurações, os blogues, considerados globalmente como a blogosfera, constituem um novo espaço público, onde a

interacção e a discussão são possíveis, assim como a divulgação de informações, dados ou opiniões.

No quadro das actuais sociedades democráticas, onde os níveis de participação política e confiança nas instituições mostram sinais de crise, os blogues revestem-se de um particular interesse. Mais propícios ao debate e à problematização do que redes sociais como o Twitter ou o Facebook, os blogues – designados em conjunto de blogosfera – permitem troca de ideias e perspectivas, apresentação de alternativas, discussão e deliberação. No fundo, permitem que qualquer cidadão penetre no que era o reduto de alguma elite, mediática e política, ou seja, na produção de opinião pública. E, portanto, a blogosfera revela-se um espaço essencial para avaliar. Como afirma o filósofo Daniel Innerarity (2006: 12), “a influência dessas inovações técnicas [de comunicação] nos sistemas democráticos é motivo, ao mesmo tempo, de medo e de entusiasmo – o que indica, decerto, que deveria ser objecto de investigação”.

1.1. Motivação da investigação

A Web 2.0 (termos cunhado em 2004 pela empresa privada O'Reilly Media) é uma expressão que assinala de forma genérica as novas aplicações de Internet, assim como *sítes*, que potenciam a abertura e a interacção. Exemplos desta nova geração de potencialidades incluem os blogues e os *wiki* (*sítes* que permitem edição dos utilizadores), plataformas como o You Tube e redes sociais como o Facebook. O paradigma de uma plataforma, marcada sobretudo pela disponibilização de informação e conteúdo e por serviços de grande escala maioritariamente unilaterais (onde não se incluem obviamente serviços como o correio electrónico), sofreu profundas alterações nos primeiros anos do segundo milénio. Por exemplo, a Internet 1.0 permitia páginas pessoais de utilizadores, a Web 2.0 tem blogues – onde vários autores podem introduzir entradas de forma cronologicamente inversa e onde os leitores podem comentar; a Internet (só) tinha enciclopédias online, a Web 2.0 disponibiliza a Wikipedia, que dá informações, mas também a possibilidade de as completar, corrigir e criar. É na nova Web 2.0, com estas ferramentas disponibilizadas gratuitamente, que se esbatem de forma muito significativa as fronteiras entre os utilizadores e os produtores de conteúdos. Por outro lado, esta é a plataforma que mais potencia a interactividade, a partilha e convivência social.

A penetração destas novas ferramentas no tecido social, nas tarefas rotineiras como nas acções mais extraordinárias, atrai a atenção de milhares de investigadores sociais em todo o mundo. Políticos e decisores não deixam igualmente de interagir com elas e através delas, assim como o pode fazer qualquer cidadão, mostrando que são irreversíveis as marcas que deixam no mundo contemporâneo. Estas novas redes sociais têm padrões de utilização diferentes, níveis de penetração diversos em termos geográficos e potencialidades distintas, mas serão todas igualmente indissociáveis da nova ecologia mediática – deste novo ambiente onde as tecnologias de comunicação, em interacção umas com as outras e com os actores sociais, moldam a cultura, a política, a organização social e até as formas de pensar. Uma ecologia mediática que, segundo Blumler e Coleman (2010: 146), “oferece oportunidades sem precedentes para os cidadãos procurarem, produzirem, circularem e comentarem notícias políticas”.

A nível internacional, são vários os exemplos do papel disruptivo que podem desempenhar as redes sociais, como os blogues. Em Janeiro de 2011, iniciou-se no Egipto uma revolução política de oposição ao regime vigente. Esta movimentação popular recebeu a inspiração de revoltas na Tunísia e provocou uma onda de protestos em vários outros países do Médio Oriente, como a Síria, Argélia e Líbia, contra os sistemas políticos, nomeadamente ditaduras marcadas por limitações à liberdade de expressão e repressão às oposições internas. Nesta onda revolucionária, conhecida como a Primavera Árabe, ficou amplamente registada a capacidade de mobilização das novas plataformas e redes sociais da Web 2.0, como o Facebook, o Twitter e blogues.

Todos os dias vemos razões para justificar a importância atribuída à blogosfera, quer seja pelos receios que infunde, como pelas possibilidades que abre. Um dos maiores problemas diz respeito ao anonimato que estas redes permitem, sendo que sob essa capa algumas estratégias difamatórias podem decorrer sem prejuízo para os autores. Algumas das polémicas iniciais com blogues, em Portugal, têm a ver com acusações de plágio (no caso, o blogue Freedom to Copy, que acusava o escritor Miguel Sousa Tavares de ter copiado partes do seu livro *Equador*) ou de campanhas de desinformação (como foi o blogue Muito Mentiroso que acusava elementos do Ministério Público e da Polícia Judiciária de terem orquestrado acusações contra inocentes no processo Casa Pia).

Estes e outros casos semelhantes, alguns dos quais acabaram em processos judiciais por difamação, levantaram questões como a credibilidade atribuída a blogues anónimos e a forma de outros blogues lidaram com eles (Fonseca, 2007). Os processos de identificação dos autores nem sempre são fáceis, como mostra o caso do blogue Chicken Charles – o anti-herói, por cujos conteúdos se sentiu ofendido o presidente da Câmara da Covilhã, Carlos Pinto. Apesar de a Polícia Judiciária ter encontrado um rastro através do IP do endereço de correio electrónico associado ao blogue, o tribunal absolveu por falta de provas o arguido, dono do computador em causa, mas que alegava uso indevido do mesmo por terceiros (Kaminhos, 28/02/2008)¹. Mas já foi possível identificar o autor de um blogue e conseguir uma condenação em tribunal, como aconteceu com a queixa do jornalista Fernando Esteves contra o autor do Médico Explica Medicina a Intelectuais (Sol, 25/02/2011)².

Os blogues também têm sido envolvidos em acusações de instrumentalização da opinião pública. O blogue Simplex foi, por exemplo, acusado de ser uma criação governamental (e pago com fundos do erário público) para apoiar a recandidatura de José Sócrates a primeiro-ministro em 2009, obrigando os responsáveis do blogue a justificar-se (Público, 19/02/2010)³. Mais tarde, foi o blogue Câmara Corporativa a ser referido na blogosfera como um espaço de propaganda ao serviço do primeiro-ministro José Sócrates. Também em outras regiões do mundo, os blogues são notícia em casos de manipulação. O jornal britânico The Guardian (Público, 18/03/2011)⁴ deu conta, por exemplo, das intenções dos Estados Unidos em criar contas nos blogues (e outras redes sociais) para espalhar mensagens de propaganda em línguas que não o inglês (mas faladas no Médio Oriente e em países como Afeganistão e o Irão).

Apesar destas situações, os blogues têm sido sobretudo referidos como espaços de liberdade onde a opinião e a informação podem circular livremente. Em países onde a liberdade de expressão está fortemente condicionada, como o Irão, os blogues têm sido descritos como florescentes, activos e muito influentes no espaço público. A propósito da recente “Primavera Árabe”, os jornais apresentaram vários relatos sobre a forma como os blogues ajudaram a

¹ <http://www.kaminhos.com/artigo.aspx?id=7798&seccao=1>

² http://sol.sapo.pt/inicio/Sociedade/Interior.aspx?content_id=12651

³ <http://www.publico.pt/Política/coordenador-do-blogue-simplex-assegura-que-nao-ha-apoio-financeiro-externo-1423469>

⁴ <http://www.publico.pt/Tecnologia/eua-tem-planos-para-criar-contas-de-propaganda-nas-redes-sociais-1485514>

construir a revolta, num processo de oposição que tem já alguns anos (New York Times, 12/10/2011⁵; Público, 14/02/2011)⁶.

Mesmo em situações mais comuns, os blogues mostraram ainda a sua força na defesa da liberdade de expressão nesse espaço, como aconteceu no caso que opôs uma consumidora/blogger à empresa Ensitel na compra de um telemóvel, com esta última a intimar judicialmente a blogger a apagar todos os posts sobre o assunto. “Parece que a Ensitel não gosta mesmo nada dos posts que aqui escrevi sobre a minha experiência enquanto cliente deles, e acha que eu não tenho o direito de partilhar, neste meu espaço, aquilo que penso e sinto acerca da empresa”, escreveu a blogger Maria João Nogueira no blogue Jonasnut.com⁷. Se o objectivo da empresa era tentar limitar os danos dessas mensagens, o resultado final foi exactamente o contrário: o caso espalhou-se de forma viral pela blogosfera e acabou na criação de vídeos e páginas na Internet contra a Ensitel (Público, 28/12/2010)⁸. A empresa acabou por retirar a queixa contra a blogger (TVI24, 31/12/2010)⁹.

Os blogues têm sido usados para denunciar aspectos da vida quotidiana tão banais como a existência de lixo no chão (Sol, 11/10/2011)¹⁰ ou para tentar melhorar o conceito de cidades e da qualidade de vida dos seus cidadãos (Público, 27/02/2011)¹¹. A diversidade de blogues é tanta que é difícil encontrar uma caracterização onde todos têm lugar. Há blogues de jardinagem, culinária, puericultura. Há blogues usados como diários e muitos encontraram particular audiência quando as autoras relataram as suas experiências enquanto grávidas e jovens mães. O seu impacto é tão marcante, em algumas situações, que os seus autores podem acabar a receber distinções como a mulher mais invejada de Portugal e a publicar livros, como aconteceu no caso da Pipoca mais doce, um dos blogues mais lidos em Portugal (Sol, 08/10/2011)¹². “Blogue” foi mesmo considerada uma das palavras da década pelo jornal Público (31/12/2009)¹³.

⁵ http://www.nytimes.com/2011/10/13/world/africa/a-blogger-at-arab-springs-genesis.html?_r=2

⁶ <http://www.publico.pt/Mundo/jovem-blogger-siria-condenada-a-cinco-anos-de-prisao-1480266>

⁷ <http://jonasnuts.com/387191.html>

⁸ <http://www.publico.pt/Tecnologia/empresa-enfrenta-chuva-de-criticas-por-intimar-excliente-a-apagar-textos-de-blogue-1472817>

⁹ <http://www.tvi24.iol.pt/tecnologia/ensitel-blogger-jonasnuts-maria-joao-nogueira-blog-tvi24/1222684-4069.html>

¹⁰ http://sol.sapo.pt/inicio/Sociedade/Interior.aspx?content_id=30649

¹¹ <http://www.publico.pt/Local/provocacoes-em-formato-low-cost-para-melhorar-as-nossas-cidades-1482395>

¹² http://sol.sapo.pt/inicio/Vida/Interior.aspx?content_id=30414

¹³ <http://www.publico.pt/Sociedade/palavras-da-decada-b-1415918>

Os conteúdos dos blogues fazem assim recorrentemente notícias de jornal, como se viu nos casos acima expostos, evidenciando a percepção da sua relevância pública. As iniciativas dos bloggers podem merecer atenção variada dos *media*, mas entraram definitivamente no léxico da profissão de jornalista. Por exemplo, não há, hoje em dia, quase nenhum protesto de professores que não passe pelos blogues e, conseqüentemente, as notícias referem de uma forma sistemática apelos e movimentações que a classe tem a esse nível (Público, 21/10/2009¹⁴; Correio da Manhã, 20/09/2011¹⁵), mostrando os blogues uma fonte de notícia credível e digna de registo noticioso.

Onde os blogues têm uma importância particular, de acordo com vários estudos académicos (ver, por exemplo, Pole, 2010, ou Tremayne, 2007), é na área da política, porque a capacidade de discussão e debate que proporcionam suscita esperanças de renovação. O ano de 2004 assinalou, sobretudo nos Estados Unidos da América, um marco importante: as primeiras eleições presidenciais onde os blogues tiveram um papel de relevo. Desde o ataque das Torres Gémeas em Setembro de 2001 que a actividade dos blogues estava em crescendo, principalmente com os chamados “warblogs” (blogues que reflectiam sobretudo sobre a invasão do Iraque). Políticos e cidadãos perceberam a importância desta nova ferramenta e enquanto muitos eleitores procuravam nos blogues discussão e informação sobre política, os candidatos começaram também a usar a plataforma, criando blogues pessoais.

As eleições presidenciais norte-americanas, em 2009, foram igualmente um marco nesta área. A utilização quase massiva de todas as ferramentas das redes sociais, e também dos blogues, pelo candidato que sairia vencedor, Barack Obama, mostrou as potencialidades do online – recolheu donativos, mobilizou eleitores, atraiu voluntários e, no fim, ganhou as eleições (Pole, 2010). No entanto, com este caso, ainda estamos apenas na comunicação política tradicional – com um candidato a dirigir-se ao seu eleitorado. Contudo, outra forma de comunicação política, marcada pela participação de cidadãos que, sem estarem ao serviço de partidos ou outras formas de organização política, passou a mobilizar também as atenções. Assim, tem sido igualmente significativa a chamada blogosfera política, constituída por cidadãos (não blogues de partidos ou de candidatos) que discutem e questionam temas de natureza política. A importância destes

¹⁴ <http://www.publico.pt/Educacao/avaliacao-tem-que-ser-suspensa-ja-apelam-blogues-e-movimentos-de-professores-1406135>

¹⁵ <http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/ultima-hora/concurso-de-professores-gera-revolta>

bloggers é de tal ordem que, já em 2004, a Convenção Nacional Democrata, que decorreu em Boston, credenciou bloggers para assistir aos trabalhos, numa iniciativa pioneira que repetiu em 2008 (para a convenção nacional que decorreu em Denver).

Outras iniciativas do género aconteceram um pouco por todo o mundo, inclusive em Portugal. Recentemente, por exemplo, José Sócrates, enquanto candidato socialista a uma re-eleição para primeiro-ministro, reuniu-se com bloggers políticos, em Julho de 2009. Pedro Passos Coelho, líder do Partido Social Democrata, também o fez para as eleições de 2011. O jornal Povo Livre (órgão do PSD) afirmava, a propósito do XXXIII Congresso Nacional do partido que consagrou Pedro Passos Coelho como o novo líder, que “a blogosfera é cada vez mais um espaço onde a política é discutida diariamente e, prova disso mesmo, são os sete blogues e 17 bloggers credenciados para o XXXIII Congresso Nacional do PSD”¹⁶.

O que estes bloggers escrevem nos seus blogues pode ter repercussões públicas. Às vezes, até são notícia, como aconteceu com um post escrito por Susana Toscano no blogue Quarta República que originou a notícia “Assessora de Cavaco critica ministro das Finanças” (DN, 17/07/2011)¹⁷. O político português social-democrata Pacheco Pereira, que praticamente iniciou a blogosfera política em Portugal com o Abrupto, afirmou numa entrevista ter “mais poder no Abrupto que como secretário de Estado” (DN, 27/07/2008)¹⁸. As iniciativas destes bloggers políticos portugueses podem também dar azo a notícias como a petição e manifestação realizada em Fevereiro de 2010, que juntou cerca de uma centena de bloggers frente à Assembleia da República (Público, 11/02/2010)¹⁹, ou o movimento “Já basta”, exigindo a demissão do Governo (Público, 14/03/2011)²⁰.

O caso mais importante relacionado com a blogosfera política será o que diz respeito à licenciatura do ex-primeiro-ministro José Sócrates. As dúvidas sobre a legitimidade e regularidade do grau académico foram levantadas no blogue Do Portugal Profundo²¹ de António Balbino Caldeira – o mesmo que, ainda em 2004, tinha recebido também uma visita com mandado de busca da Polícia Judiciária por causa do que tinha escrito e revelado sobre o processo Casa Pia

¹⁶ <http://www.psd.pt/archive/doc/pl14abril.pdf>

¹⁷ http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=1911560

¹⁸ http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=995679

¹⁹ <http://www.publico.pt/Política/todos-pela-liberdade-junta-uma-centena-de-manifestantes-em-frente-ao-parlamento-1422343>

²⁰ <http://www.publico.pt/Política/blogues-unemse-pela-demissao-do-governo-no-movimento-ja-basta-1484769>

²¹ <http://doportugalprofundo.blogspot.pt/>

no seu blogue. O caso foi levado para tribunal e o arguido foi absolvido em Novembro de 2005. Foi ainda no ano de 2005 que António Balbino Caldeira iniciou a revelação de dados relativos à licenciatura de José Sócrates, em posts escritos de Fevereiro a Abril. Dois anos mais tarde, a 28 de Fevereiro de 2007, o blogue Do Portugal Profundo publicou o “Dossier Sócrates da Universidade Independente”, tema que retomou cinco dias depois. O caso espalhou-se pela blogosfera e começou a ser debatido de forma acesa. Foi então que os *media* olharam para a questão, em particular os jornais Público e Expresso, os quais investigaram a fundo a obtenção do grau académico do primeiro-ministro. Algumas críticas foram feitas a esses jornais por não terem revelado inicialmente que a notícia partiu de um blogue, mas, mais tarde, a direcção do Público emitiu uma nota onde se lia que “há cerca de uma mês que se avolumaram, na blogosfera, referências múltiplas, algumas delas entretanto reproduzidas em jornais ou citadas nas rádios, à forma como José Sócrates obtivera a sua licenciatura em Engenharia Civil” (Público, 22/03/2007)²².

Esta questão obrigou o primeiro-ministro a um esclarecimento público, à correcção de alguma informação constante do seu currículo, e tornou António Balbino Caldeira de novo arguido num processo judicial, agora por difamação, interposto pelo “cidadão José Sócrates”. A queixa acabou arquivada em Janeiro de 2008, mas todo este caso tem sido recorrentemente referido como um exemplo do modo como a blogosfera pode ser fonte de notícias e originar a revelação de informações importantes para o público em geral, rompendo com o quase monopólio dos *media* em determinar o que é notícia. De facto, a blogosfera, sobretudo a blogosfera política, tem sido bastante activa e reconhecida por relatar e criar algum barulho à volta de erros e omissões nos *media mainstream* (Pole, 2010: 129; Papacharissi, 2010).

Parece pois que a relevância da blogosfera é indiscutível e muitos estudos e investigações procuram avaliar e analisar esta plataforma, que é muitas vezes perspectivada em termos de uma potencial nova esfera pública (Notaro, 2006; Rettberg, 2008; Tremayne, 2007), essencial para revitalizar os sistemas democráticos. Nesse domínio, os blogues, e sobretudo os blogues políticos, podem ser factores essenciais de democratização do espaço público, ainda que alguns autores, como Papacharissi (2010), manifestem algumas reticências por considerarem os

²² <http://www.publico.pt/Pol%C3%ADtica/ha-falhas-no-dossier-de-jose-socrates-na-universidade-independente-1289019?all=1>

blogues como um espaço auto-expressivo e por entenderem que o uso atomizado dos *media* online por parte de indivíduos em suas casas não constitui uma esfera pública.

No entanto, outros autores continuam a explorar a possibilidade de os blogues se constituírem como uma esfera pública. Por exemplo, el-Nawawy e Khamis (2010) usaram este conceito para enquadrar a discussão dos blogues políticos egípcios e Gil de Zúñiga *et al.* (2009) consideram que os blogues podem aumentar a dimensão interactiva da esfera pública. Dahlgren (2005) argumenta que a Internet está na vanguarda de uma esfera pública em evolução e que algumas contra-esferas públicas específicas permitem que cidadãos comprometidos possam ter um papel no desenvolvimento de uma nova política democrática. Para Blumler e Coleman (2010: 140), face à crise da comunicação pública que mina “a vitalidade da cultura política democrática, “só pensando para além dos termos tradicionais de compromisso e, de facto, transcendendo os limites sistemáticos dos actuais procedimentos, podemos esperar alcançar uma ecologia mediática em que a democracia possa ser mais bem servida”.

Por outro lado, a blogosfera surge num contexto de crescente heterogeneidade sociocultural, o que tem impactos em termos da comunicação política (Blumler e Gurevitch, 2000). Os *media* têm sido chamados a lidar com as questões do pluralismo e da diversidade, sejam eles os tradicionais *mass media* ou os novos *media* online, num desafio crescente e sem receitas prontas para aplicar, já que o fenómeno é complexo e dinâmico. O debate sobre a importância destes princípios não é de hoje, mas parece ter um interesse renovado, quer por parte da academia, quer de outras organizações internacionais. Em 2005, a Unesco (Unesco, 2005) propôs a Convenção para a Protecção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais e, em 2007, a Comissão Europeia (Comissão Europeia, 2007a) afirmou a necessidade de definir indicadores de pluralismo nos *media*, tendo comissionado a realização de um estudo a um consórcio, apresentado em 2009 (ICRI *et al.*, 2009). A questão é também muito debatida no seio do Parlamento Europeu que, ainda em 2008, aprovou uma resolução para as questões da concentração e pluralismo nos *media* na União Europeia, pedindo acção e vigilância aos Estados-Membros (Parlamento Europeu, 2008).

O pluralismo e a diversidade têm sido considerados princípios fundamentais nas políticas de comunicação – assegurar uma vasta amplitude de sensibilidades no espaço público é uma das condições de base das democracias ocidentais, que assentam a gestão das sociedades na

escolha da melhor solução possível de entre as várias alternativas disponíveis. Apesar do consenso generalizado sobre a importância destes princípios enquanto vectores estruturantes do espaço público, nomeadamente dos *media*, são distintas as perspectivas sobre a melhor forma de assegurar a sua representação e sobre os métodos de aferição da sua expressão. Por outro lado, os *media mainstream*, hoje organizações empresariais – em muitos casos, de grande dimensão e de nível internacional – e ‘habitados’ por um corpo profissional que se rege de acordo com normas, uma ética e rotinas produtivas próprias, nem sempre se constituíram como o melhor espaço para a promoção da diversidade e do pluralismo.

A penetração crescente da internet nas sociedades tem características que permitem pensar que esta plataforma pode responder a este desafio, pela pluralização de espaços que “não só estende mas também dispersa a esfera pública relativamente clusterizada dos *mass media*” (Dahlgren, 2005: 152). O pluralismo e a diversidade, característicos da sociedade actual, encontram assim um potencial espaço para proliferar, nomeadamente na blogosfera onde os blogues permitem a expressão de todas as correntes de opinião e tendências políticas. “O centramento subjectivo dos blogues e fóruns similares encoraja a pluralidade de vozes e expande a agenda pública” (Papacharissi, 2010: 148). No entanto, estas potencialidades não garantem instantaneamente a concretização dos benefícios dos blogues em favor da promoção de uma esfera pública, estruturada pelo pluralismo e diversidade. Um dos perigos é uma polarização tão grande nestes actores que o debate se torna inexistente (Drezner e Farrell, 2008). Outra questão diz respeito ao facto de se averiguar se a discussão que ocorre nos blogues é realmente diferente da de outras plataformas, nomeadamente dos *media mainstream* (Papacharissi, 2002).

O desafio colocado pelos blogues aos investigadores resulta das influências recíprocas entre esta plataforma, a sociedade civil, as estruturas políticas e os *media* (Pole, 2010; Klein, 2007; Tremayne, 2007). Neste domínio, são essenciais os blogues políticos porque é de onde vem o maior impacto sobre os *media mainstream* (Tremayne, 2007). “Dado o crescente interesse em blogar, o estudo dos blogues políticos e sua influência é pertinente para investigadores quer da Internet quer da participação política”, considera Pole (2010: 1) numa obra que parte do pressuposto de que os blogues mudaram a paisagem política norte-americana, fundamentalmente transformando a política e a intervenção cívica.

1.2. Desenho da investigação

A importância que *media* e agentes políticos atribuem aos blogues políticos justifica uma investigação mais aprofundada do fenómeno, nomeadamente em termos do que são e do que podem significar como plataforma de debate e discussão política. Há episódios, como vimos, que evidenciam uma certa erupção na vida pública por parte dos blogues, em que estes assumiram o lugar de actores centrais e de intervenientes no processo político. Contudo, falta avaliar o seu papel de uma forma sistemática, abrangendo um espaço temporal alargado que não se restrinja a momentos de alguma efervescência mediática. Ou seja, que dizer do papel dos blogues políticos portugueses no dia-a-dia enquanto promotores de pluralismo e de diversidade?

Várias dimensões estão implicadas neste macro-objectivo de investigação. Os blogues políticos resultam da participação de cidadãos no espaço público, podendo por isso questionar-se o seguinte:

- Serão os cidadãos agentes políticos com um perfil sócio-demográfico diferente dos habituais actores políticos?
- Que acção desenvolvem eles na blogosfera: uma nova forma de intervenção, assim contribuindo para a promoção do pluralismo e da diversidade, ou apenas uma participação paralela a actividades políticas mais formais?
- E que relações estabelecem os blogues, através das hiperligações, aos outros universos da Internet? O que revela este padrão de conexões em termos da apresentação de propostas alternativas?
- Os temas de que falam os posts são também eles factores de pluralismo e de diversidade? Ou, pelo contrário, reflectem a prioridade de outros vectores estruturantes do espaço público como são os *media*?
- De que forma se podem ler estes diversos retratos da blogosfera política portuguesa em termos da constituição de uma esfera pública, promotora da deliberação enquanto base da democracia?

- Que implicações tem este debate em termos de regulação e das suas diferentes instâncias?

A discussão centra-se assim em dois eixos principais: por um lado, as questões do pluralismo e da diversidade, entendidas no contexto mais lato dos *media* em geral (incluindo tanto os tradicionais meios de comunicação como as novas plataformas online); por outro, o domínio da(s) esfera(s) pública(s), como o espaço onde ocorre a discussão de perspectivas e deliberação, essencial para as democracias. Serão, assim, os blogues promotores de pluralismo e de diversidade como princípios estruturantes da democracia, contribuindo para a esfera pública com perspectivas, diferentes, novas, divergentes, alternativas?

A investigação em Portugal sobre esta matéria evidenciou diversos aspectos importantes para compreender o fenómeno dos blogues. Alguns trabalhos (Canavilhas, 2004; Serra, 2006a e 2009; Montez e Gama, 2006; Silva, 2009; Carvalho e Casanova, 2010) têm revelado características destes novos actores e destes novos meios, reflectindo, por exemplo, sobre a sua capacidade de agendamento e de intervenção na esfera pública. Contudo, estes trabalhos não abordaram a blogosfera política de uma forma sistemática, o que não nos permite tirar conclusões sobre a prática da blogosfera numa base diária e da sua influência não casuística na esfera pública.

O que esta investigação pretende é contribuir para esta questão, procurando mostrar de que forma são (ou não) os blogues espaços de discussão e debates alternativos na sua vivência quotidiana. Não há dúvidas de que em alguns casos, expostos acima, os blogues contribuíram para marcar a agenda mediática com temas por eles divulgados, mas não há ainda uma análise da base diária de actuação. E, antes de avançar para o desenho da nossa análise, importa definir o universo que vamos estudar. Até agora, temo-nos referido genericamente a blogues políticos, sendo esta todavia uma categorização temática que levanta alguns problemas de conceptualização (Greffet, 2007; Klein, 2007) e que merece, antes de se iniciar uma apresentação metodológica, um enquadramento específico.

O blogue político é um “objecto de pesquisa multiforme e movediço”, com várias possibilidades que incluem espaços “criados e desenvolvidos por actores institucionais ou blogues vindos de «simples» cidadãos” (Greffet, 2007). A construção e a pertinência da categoria de “blogues políticos” não podem repousar apenas numa definição genérica de temas políticos apresentados

na base de novas tecnologias electrónicas. Assim definidos, podemos incluir nos blogues políticos espaços de campanha eleitoral, acções de movimentos cívicos, páginas de eleitos políticos, ou projectos de cidadão. Vários estudos analisaram, por exemplo, blogues mantidos no âmbito de campanhas políticas ou por políticos eleitos (Sacré *et al.*, 2007; Williams *et al.*, 2005), mas outros abordaram especificamente o desempenho de cidadãos no debate político (ver, a título de exemplo, Hargittai *et al.*, 2008, Zhou, 2009, ou Bruns e Adams, 2009).

Para sistematizar a categorização, Greffet (2007) propõe duas ferramentas complementares: uma definição que englobe todos os blogues políticos (como sendo diários de bordo online que propõem pontos de vista sobre a vida da Cidade) e uma classificação em função dos actores (distinguindo entre pessoas mais integradas nas instituições políticas e cidadãos comuns), do objecto do blogue (debater, informar ou mobilizar para causas) e das redes de comunidades virtuais que os blogues possam favorecer (pelas leituras desses blogues, pelas ligações entre blogues e pelo público que intervém comentando os posts). Outras classificações são propostas, incidindo não nos temas, mas em outros aspectos de construção do projecto. É o caso de Xivry *et al.* (2007) que analisa os blogues a nível da relação e não dos conteúdos, avaliando os eixos da implicação pessoal do autor e o da interacção.

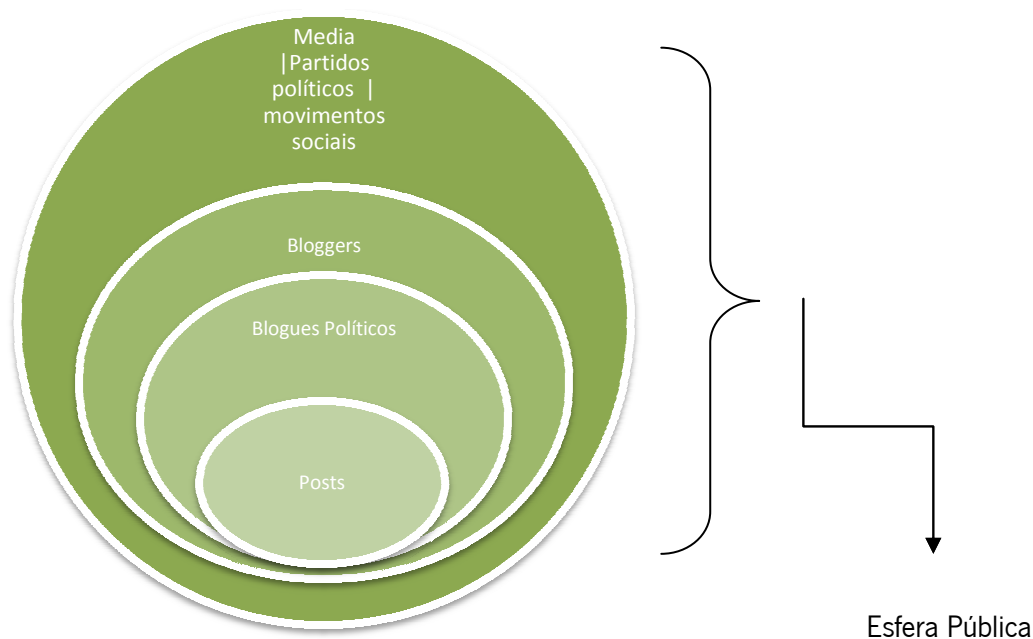
Partindo destas reflexões sobre a categorização dos blogues e tendo em conta que queremos perceber a contribuição dos blogues políticos portugueses na promoção da diversidade e do pluralismo, tendo como pano de fundo a revitalização da esfera pública, podemos situar o foco da nossa análise em projectos de políticos que têm por objecto debater pontos de vista sobre a organização política da sociedade e que são mantidos por cidadãos comuns ou, pelo menos, por cidadãos que, mesmo eleitos ou no exercício de funções institucionais, não mantenham esse espaço em representação de posições partidárias ou lugares políticos. A proposta de Xivry *et al.* (2007) propõe uma abordagem interessante, mas implica uma análise do comportamento dos blogues pelo que só poderá ser aplicada *a posteriori*, ou seja, no fim do estudo.

Para realizar o nosso objecto de investigação, iremos adoptar uma estratégia de análise e estudo que combine várias metodologias, numa técnica de triangulação que multiplica o tipo de recolha de dados de forma a ultrapassar os constrangimentos colocados pelo facto de termos um objecto de estudo dinâmico e diverso (Burnay e Klein, 2007). Esta combinação de abordagens poderá contribuir para uma imagem mais completa do que significa a blogosfera que, sendo um

universo tão diversificado e complexo, apresenta dificuldades à sua apreensão por uma única metodologia de análise. A triangulação é assim uma estratégia que acrescenta rigor, alcance e profundidade à investigação (Denzin e Lincoln, 1998).

Uma característica essencial neste universo é a interactividade, a rede de ligações que se constituem entre blogues e entre outros *sites* da Internet (Tremayne, 2007; Rettberg, 2008). Os blogues só existem pelas suas relações e assim se tornam num objecto social (Burnay e Klein, 2007). O nosso estudo parte assim dessa realidade da relação e vai do mais geral para o particular – dos bloggers para os posts, enquadrados pelo ambiente “real” constituído pelos *media*, organizações políticas, sociais e cívicas (ver Figura 1.1.). As relações que interessam analisar dizem respeito ao nosso objectivo de perceber se os blogues constituem uma alternativa que alimenta o pluralismo e a diversidade num espaço habitado pela política e pelos *media*, tornando-se desta forma factores de revitalização da esfera pública através da deliberação e discussão de perspectivas divergentes. Portanto, queremos saber se os bloggers são uma voz alternativa em termos de perfil sócio-demográfico, em termos da forma como os seus blogues se relacionam com o espaço exterior e em termos dos temas que abordam, face aos assuntos que dominam a agenda mediática.

Figura 1.1 – Perspectiva de análise que enquadra os bloggers no ambiente offline



Esta investigação apoia-se numa base teórica que, como já foi referido, se inscreve em dois eixos fundamentais (esfera pública e pluralismo/diversidade), procurando as contribuições dos autores e trabalhos mais relevantes nessa área. Essa literatura é essencial para enquadrar a nossa acção e foi complementada, quando necessária, por aspectos mais particulares do nosso objecto de estudo como é o caso, por exemplo, das hiperligações ou das características sócio-demográficas da participação política. Também se aportou, sempre que se julgou relevante, análise documental (nomeadamente legislação e deliberações da Entidade Reguladora para a Comunicação Social) para melhor compreender e aprofundar a realidade social que procurámos investigar. Para uma aproximação ao nosso objecto de estudo, realizámos entrevistas semi-estruturadas a bloggers, jornalistas e políticos. A apresentação dos aspectos relevantes dessas entrevistas não é feita em nenhuma secção particular da dissertação, antes é transversal aos diferentes momentos de investigação, de forma a aprofundar o ângulo de observação ou resultados e dados encontrados. Por isso, as respostas dos entrevistados são evocadas ao longo do texto, sempre que introduzirem uma perspectiva de análise pertinente. A selecção dos indivíduos entrevistados pretende dar conta de diferentes valências da blogosfera e da sua relação com os mundos políticos e mediáticos. Assim, foram entrevistados três bloggers²³ (dois homens e uma mulher), um blogger/jornalista²⁴, dois editores de política de jornais nacionais²⁵ e dois políticos²⁶.

O percurso efectuado procurou investigar a blogosfera política portuguesa, focando a atenção nos aspectos mais relevantes dos blogues: os seus autores, as suas ligações e os seus conteúdos. A nossa abordagem metodológica no que diz respeito à investigação empírica, que está assim fundamentalmente dividida em três grandes momentos, é diversificada, complementando perspectivas quantitativas com abordagens qualitativas, e com recurso à comparação com dados de outros trabalhos quando isso se mostrou justificado. A construção dos diferentes modelos de análise obedece aos parâmetros mais relevantes estabelecidos na literatura e adequados aos nossos objectivos da investigação. A escolha dos diferentes instrumentos de observação que utilizámos teve igualmente como fundamento a adequação às

²³ Gabriel Silva e João Miranda, do blogue Blasfémias, dois early bloggers; Shyznogud, do Jugular (Ver Anexo B)

²⁴ Pedro Correia, do Delito de Opinião e do Albergue Espanhol, jornalista do Diário de Notícias (Ver Anexo B)

²⁵ Leoneto Botelho, editora de Política do jornal Público, e Jorge Pinto, editor de Política do Jornal de Notícias (Ver Anexo B)

²⁶ Augusto Santos Silva, ex-ministro do PS e deputado da AR, e Carlos Osório, membro do staff de Pedro Passos Coelho na campanha para as eleições legislativas, responsável por acompanhar a blogosfera (Ver Anexo B)

nossas questões e o universo em estudo é a blogosfera política portuguesa mais lida (medida por número de visitas), que definimos de acordo com os critérios explicados aquando da apresentação dos blogues observados.

O primeiro momento da investigação empírica procurou traçar o perfil dos bloggers políticos portugueses, tendo por base as dimensões e indicadores do modelo de análise que foi construído a partir das indicações da literatura sobre este domínio, nomeadamente: carácter sócio-demográfico, actividade bloguista e interações offline, em termos de organizações políticas e sociais, intervenções cívicas, consumos mediáticos e a sua inserção sócio-profissional. O instrumento de observação escolhido foi o inquérito, administrado online, a bloggers de blogues políticos mais lidos. Os dados foram tratados com recurso à análise quantitativa e estatística e ainda submetidos a testes de independência das variáveis – de forma a encontrarmos associações significativas entre as várias componentes dos inquiridos e se, possível, definir um perfil do blogger político português.

O segundo grande momento do nosso trabalho empírico focou a atenção nos blogues, olhando particularmente para o que alguns autores consideram ser a unidade básica da internet: a hiperligação. Tendo em conta a revisão da literatura efectuada especificamente sobre este aspecto da arquitectura da rede, foi construído um modelo de análise que tentou dar conta de todas as dimensões de análise mais significativas. Definido um período de análise e mantendo como universo da nossa investigação a blogosfera política mais lida, olhámos para o total de hiperligações efectuadas, tendo em conta o destino, a acção subjacente à hiperligação e a sua contribuição para o sentido final do post. Combinámos assim uma análise quantitativa, com uma observação qualitativa para dar conta das significações mais profundas das hiperligações. Esta abordagem foi complementada com a análise de redes sociais, de forma a caracterizar as diversas interacção, por via das hiperligações, entre os blogues políticos considerados no nosso estudo.

Analizados os autores e as conexões dos blogues, que deram algumas indicações sobre os conteúdos aí tratados, a investigação procurou então aprofundar o discurso proferido nessa instância, numa perspectiva comparada com os jornais, de forma a identificar a dinâmica de tematização e as perspectivas adoptadas. Esta abordagem foi efectuada com recurso a técnicas qualitativas de análise, primeiro descrevendo os dados e, de seguida, assinalando as

regularidades encontradas e as categorias de análise identificadas, que permitem evidenciar e explicar as diferenças entre blogues e jornais. Finalizado este caminho empírico tripartido, foi então possível abordar as nossas questões de investigação com recurso aos dados e observações obtidas, apresentando as conclusões do nosso percurso de investigação.

Não obstante a complementaridade procurada na combinação das diferentes técnicas, estas opções metodológicas encerram algumas fragilidades. A primeira tem a ver com a questão da sua representatividade. Para aferir o nível de leitura, usámos um instrumento de medida (o blogómetro) que não é validado por nenhuma instância, embora seja para blogues unicamente portugueses o único disponível. Em seguida, o facto de termos olhado apenas para a blogosfera mais lida tem algumas consequências: alguns blogues igualmente influentes no espaço público (medido por influência junto dos outros bloggers ou de outros agentes da vida política) podem ter outras características e dinâmicas que não foram identificadas na nossa observação; por outro lado, haverá outros matizes em projectos políticos menos lidos que não estão contemplados na nossa análise. Assim, as conclusões que aqui providenciámos são válidas para o universo que estudámos, mas devem ser consideradas com cuidado numa eventual generalização a toda a blogosfera política portuguesa. Outra debilidade desta tese diz respeito ao facto de não ter observado também as caixas de comentários dos blogues que os admitem. Esse é um espaço que poder ser igualmente relevante em matéria de deliberação política e pública, além de que muitos bloggers respondem a leitores e mesmo a outros bloggers nessas caixas e não em posts próprios. Contudo, pela extensão de muitas caixas de comentários e porque os posts são o conteúdo principal dos blogues, optámos por nos cingir a estes últimos.

Finalmente, a nossa opção por uma triangulação em termos de metodologia permitiu dar conta de uma realidade, nos seus diversos quadrantes, providenciando uma análise alargada e diversificada. A nossa observação incidiu sobre bloggers, blogues e conteúdos – num alargamento da investigação que não é comum nesta área de estudo e que pode ter contribuído para uma imagem mais completa da blogosfera. Contudo, pode ter faltado alguma definição a essa imagem, porque a utilização de um leque distinto de metodologias pode também ter contribuído para alguma falta de aprofundamento em cada uma delas, originando ainda alguma fragmentação em termos da informação e integração dos dados ou lacunas de análise.

Os bloggers são eles próprios a manifestação de uma nova forma de participação, mas criaram um audiência própria. Nesse sentido, este trabalho observa apenas um dos lados da moeda na consideração da diversidade e da esfera pública, porque apenas olhámos para a oferta – ou seja, para os actores da blogosfera e para os seus produtos. Falta, contudo, saber de que forma esta oferta é recebida pelos leitores dos blogues e, de forma mais profunda da que aqui é oferecida, por outros agentes da vida política portuguesa, nomeadamente políticos e jornalistas. Que consequências acarreta a blogosfera para os cidadãos em geral e, em particular, para os que lêem os blogues? Haverá influência nos seus níveis de compromisso político, de activismo e de exercício da cidadania? Porque a evidência de que os blogues podem ser uma manifestação de diversidade, não significa necessariamente um espaço potencial de mudança se ninguém estiver a prestar atenção. Há vozes divergentes na blogosfera, mas falam para quem e com que efeitos? Quem são os leitores dos blogues políticos? As respostas a estas questões são essenciais para avaliarmos melhor o potencial transformador da blogosfera.

Por outro lado, o exercício de comparação entre os conteúdos dos blogues e dos jornais só avaliou a oferta noticiosa destes últimos. Contudo, não podemos esquecer que os jornais têm também espaços de opinião, alguns dos quais assinados até por bloggers, e valeria a pena avaliar, num trabalho que versasse sobre as condições de produção da opinião política em Portugal, essas colunas, comparativamente com os blogues. Que vantagens terão os blogues sobre os espaços de opinião dos *media* tradicionais? Que diferenças encerram e de que forma isso contribui, ou não, para a promoção da diversidade? E, ainda, um olhar sobre outros meios, como rádio e televisão, sobre as suas notícias e espaços de opinião, também poderia ajudar a melhor enquadrar as diferenças (ou não) dos blogues.

1.3. Organização da tese

Esta dissertação está organizada de forma a introduzir, em primeiro lugar, os conceitos e discussões teóricas no quadro das quais esta investigação está pensada. Assim, o capítulo 2 irá apresentar as questões teóricas mais relevantes do debate sobre as questões do pluralismo e da diversidade nos *media*, explorando os eixos principais e as contribuições que académicos e instituições internacionais deram à matéria. Será ainda proposta uma distinção conceptual de

pluralismo e diversidade. A nossa discussão centra-se, de seguida, na análise do caso português no que diz respeito a estes dois princípios. O capítulo 3 examina assim o panorama legal português em matéria de pluralismo e diversidade, propondo nomeadamente uma observação dos documentos legislativos e outras iniciativas regulamentares no campo da comunicação social. A actuação da Entidade Reguladora para a Comunicação Social será revista, assim como alguns dos momentos mais marcantes do debate público que ocorreu em Portugal sobre estas questões.

O capítulo 4 traça um quadro de compreensão dos *media*, enquanto estruturas que se organizam em empresas, sujeitas a códigos profissionais e rotinas profissionais. O capítulo aborda ainda teorias da influência dos *media*, nomeadamente a questão do *agenda-setting*, e questiona a natureza dos *media*, dadas as características dos chamados *media* digitais. O capítulo 5 discute o conceito de esfera pública e suas noções conexas, nomeadamente participação e deliberação em democracia, assim como opinião pública. O capítulo 6 aborda a reconfiguração que a Internet pode permitir desse espaço. As potencialidades da blogosfera serão olhadas com maior atenção, numa análise das principais contribuições de investigações empíricas realizadas já neste domínio, assim como oportunidades de pesquisa que se levantam.

O capítulo 7 propõe uma análise da evolução da blogosfera, em particular da blogosfera política, em Portugal, analisando as estatísticas disponíveis e os estudos pertinentes já realizados sobre este tema. Procurando perceber as implicações da blogosfera no debate político, assim como o seu carácter de novidade, será ainda proposto um quadro histórico comparativo da blogosfera e da imprensa romântica do século XIX, assim como o debate à volta da regulação neste campo (alargado ao domínio da Internet).

Os capítulos seguintes apresentam e analisam os principais dados empíricos recolhidos com vista a responder aos objectivos desta investigação. Assim, o capítulo 8 expõe as principais conclusões do inquérito realizado aos bloggers, traçando um perfil comparado em termos do que está já demonstrado sobre a demografia social da participação política em Portugal e analisando as práticas bloguistas, políticas, mediáticas e cívicas dos participantes na blogosfera política portuguesa.

O capítulo 9 considera os blogues políticos em rede, mostrando que conexões estabelecem entre si e com outros elementos da Internet, e que implicações isso traz em termos da caracterização da blogosfera. Propõe deste modo uma análise quantitativa e qualitativa das hiperligações, mostrando as implicações em termos de reforço (ou não) do discurso mediático e da construção de um novo tipo de discurso.

O capítulo seguinte apresenta os resultados da análise de conteúdo efectuada aos posts dos blogues políticos, confrontando a emergência dos temas aí abordados com os que são debatidos nos *media* tradicionais de forma a obter um quadro comparativo de agendas. A forma como esses temas são ainda tratados e enquadrados, quer nos blogues, quer nos *media* tradicionais, são também objecto de observação.

Finalmente, face aos resultados apresentados nos capítulos anteriores sobre os bloggers, os blogues e os posts, o capítulo 11 propõe uma discussão integrada sobre as potencialidades, riscos e benefícios da blogosfera política portuguesa para a constituição (ou fazendo parte) da esfera pública, tendo em conta a nossa conceptualização de pluralismo e diversidade. O capítulo discute ainda as implicações dos dados desta investigação em termos de regulação na área dos *media*, terminando com algumas questões que se colocam às Ciências da Comunicação e em termos da participação política em sociedades democráticas.

2. Pluralismo e Diversidade: conceitos e problemáticas

«E a instituição responde: “Tu não tens que ter receio de começar; nós estamos todos aqui para te mostrar que o discurso está na ordem das leis; há muito tempo que velamos o seu aparecimento”».

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*.

O carácter multicultural da sociedade contemporânea está a acentuar-se com as crescentes migrações populacionais e com a globalização, mas sempre houve diversidade como expressão de diferentes tendências sociais no espaço da política, religião e crenças, pertenças sócio-geográficas, manifestações culturais e identidades nacionais ou étnicas. Porque a sociedade é diversa e plural, o regime democrático deve, independentemente de se apoiar numa maioria, admitir as variadas sensibilidades. “Não é possível, nas nossas sociedades, dizer-se democrata sem aceitar a ideia de uma sociedade multicultural”, afirma Touraine (1998: 242), sendo um dos objectivos da democracia “assegurar o respeito da diversidade cultural” (1998: 305).

Innerarity (2006: 165) afirma que as teorias da sociedade multicultural trouxeram para o debate público a constatação de que “o nosso mundo se caracteriza por uma grande heterogeneidade e que nele se torna necessário proteger diferenças culturais maiores que as conhecidas ou toleradas no passado”, o que implica “um novo e radical pluralismo” para compreender pertenças múltiplas e procurar conhecer e respeitar (não apenas tolerar) aquilo que não se compartilha. Esta nova complexidade social, construída por fenómenos de migração, turismo, mobilidade social e globalização, requer desta forma novas ferramentas de compreensão, explicação e desconstrução de narrativas de homogeneização ou de afirmação de uma cultura hegemónica e dominante.

Assim, porque a sociedade é diversa e plural, o espaço da informação e da opinião, do debate e da comunicação, da discussão pública e da deliberação, é chamado a deixar aflorar todas as sensibilidades que vivem em democracia. “A democracia cultural luta para permitir a utilização de técnicas e meios de comunicação por parte do maior número possível de culturas” (Touraine,

1998: 241). Os *media* deverão ser diversos e plurais porque as sociedades nas quais se inserem e sobre a qual reflectem são diversas e plurais. Uma realidade assim simplisticamente exposta poderia fazer crer numa natural manifestação da diversidade e do pluralismo nos *media*. E, contudo, a discussão e reflexão académica tem já um longo percurso sem que pareçam acabar as preocupações sobre o silenciamento de algumas tendências sociais neste espaço público habitado e construído pelos *media*.

2.1. As implicações para a democracia

A discussão em torno do pluralismo e da diversidade envolve a saúde das democracias, enquanto regimes políticos e organizações sociais que valorizam a via deliberativa, mediante a apresentação e discussão dos distintos pontos de vista, opiniões e sensibilidades que coexistem numa dada sociedade. Assim, a defesa do pluralismo e da diversidade assume particular importância nas sociedades caracterizadas pela garantia da liberdade de informação. Neste quadro, o papel dos *media* tem sido explorado como um dos espaços públicos mais pertinentes para o exercício do pluralismo e da diversidade.

O papel dos *media* na actual vida política é, hoje em dia, tido como indiscutível (Niemininen and Trappel, 2010; Hitchens, 2006). Manuel Castells (2003) assinala que nas sociedades contemporâneas cabe aos *media* fornecer aos cidadãos informações que lhes permitam formar a sua opinião política. É que, argumenta, “os meios de comunicação audiovisual são as principais fontes de alimentação das mentes das pessoas, sobre as questões de natureza pública” (2003: 383). Um dos parâmetros de aferição do papel dos *media* para a qualidade democrática das sociedades diz respeito à expressão do pluralismo e da diversidade, já que “fora da esfera dos *media* existe apenas marginalidade política” (Castells, 2003: 380).

Para que a via deliberativa ganhe espaço no sistema político vigente nas sociedades ocidentais várias opiniões, alternativas e vozes têm de ter a possibilidade de intervir, de forma a que seja discutida a melhor solução para cada problema. Sendo essencial manter a possibilidade de confronto, a defesa dos princípios da diversidade e do pluralismo assume particular importância. McQuail e van Cuilenburg assinalam, neste sentido, que “liberdade de imprensa, multiplicidade de opiniões e o bem da sociedade estão inextricavelmente misturados” (1983: 146). Contudo,

as inúmeras possibilidades de divulgação e o alcance da mediatização do espaço público não têm facilitado a expressão democrática na sociedade. Inúmeras reflexões académicas apontaram o dedo ao conformismo dos *media* (Herman and Chomsky, 1988), à sua submissão a lógicas comerciais (Habermas, 1989) e às dificuldades de acesso que colocam (McChesney, 2000), para explicar o défice democrático que identificam nas sociedades actuais.

Alain Touraine (1994), por seu lado, esboça os traços de uma democracia cultural onde o reconhecimento do outro pelos cidadãos, na sua diversidade, permite a expressão de uma sociedade multicultural. Contudo, reconhecer todas as diferentes culturas e dar-lhes relevância, em termos mediáticos, é, à partida, uma solução pouco rentável do ponto de vista financeiro de um negócio que procura a maior audiência possível. Por isso, a comercialização dos *media* – a par com as estratégias de concentração da propriedade – que caracteriza o actual cenário mediático, é apontada como uma das razões para explicar a difícil relação entre *media* e democracia (McChesney, 2000). A “lógica mediática comercial, ao diminuir a diversidade de vozes e ao alterar o conteúdo dos debates políticos e sociais, contribui para a desvitalização do espaço público e para a manutenção de dois fenómenos corolários distintivos das sociedades pós-industrializadas que enfraquecem o sistema político e jurídico assim como a sua maior instituição democrática, o parlamento: a de-politização e a de-socialização” (Gusse, 2006: 13).

No quadro das sociedades democráticas europeias, e tendo em conta a progressiva expansão do seu carácter multicultural, a existência de um serviço público de radiodifusão tem sido apresentada como uma das medidas necessárias também para assegurar a diversidade na programação e informação, ou seja, como um salvaguarda do pluralismo. A investigação académica tem demonstrado que, deixado a si próprio, o mercado não consegue assegurar condições de igualdade no acesso de todos ao espaço público (de Bens, 2007; d’Haenes *et al.*, 2011), gerando desta forma uma desigualdade de representação nos *media* e contribuindo mais facilmente para a uniformidade dos seus conteúdos (Renaud, 1993).

A existência do serviço público é recorrentemente legitimada, mesmo pelo discurso público oficial de instituições como a União Europeia e como o Conselho da Europa (Coe), e nomeadamente por decisões do Tribunal Europeu de Justiça, pela sua relação directa com a salvaguarda do pluralismo nos *media* e com a satisfação das necessidades culturais e sociais das sociedades. Uma argumentação que, segundo Raboy (1998), relaciona o serviço público de

difusão com a questão da democracia, enfatizando a sua natureza sociocultural como serviço público e sublinhando o seu papel distintivo num sistema que seria, de outra forma, monofuncional. O CoE emitiu uma declaração de defesa do serviço público de *media* a 31 de Janeiro de 2007 (CM/Rec (2007)3), na sequência da posição já anteriormente assumida de que é importante “para as sociedades democráticas uma variedade vasta de *media* independentes e autónomos, capazes de reflectir a diversidade de ideias e opiniões” e que “as novas técnicas e serviços de informação e comunicação devem ser efectivamente usados para alargar o âmbito da liberdade de expressão” (Council of Europe, 2007).

2.2. Pluralismo e Diversidade nos *media*

O pluralismo e a diversidade têm sido valores centrais das políticas e dos ambientes mediáticos. A sua salvaguarda está na origem de recomendações e propostas de legislação por parte de instituições internacionais, como a União Europeia ou o Conselho da Europa e mesmo a Unesco, e diversos estados, onde se inclui Portugal. Na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia²⁷, o Artigo 11º que estabelece o direito à liberdade de expressão – um direito que “compreende a liberdade de opinião e a liberdade de receber e de transmitir informações ou ideias, sem que possa haver ingerência de quaisquer poderes públicos e sem consideração de fronteiras” – afirma ainda que “são respeitados a liberdade e o pluralismo dos meios de comunicação social”.

Por seu lado, o Comité de Ministros do Conselho da Europa emitiu a Recomendação n. R(99) 1 aos estados-membros relativamente a medidas para promover o pluralismo nos *media*, considerando que o interesse do CoE na “questão da concentração dos *media* e do pluralismo está intimamente relacionado com o seu compromisso para a liberdade de expressão e permanência da diversidade cultural na Europa” (Council of Europe, 1999). Também a Unesco aprovou a Convenção para a Protecção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (Unesco, 2005), onde afirma que “a diversidade cultural, que se desenvolve num quadro de democracia, de tolerância, de justiça social e de respeito mútuo entre os povos e as culturas, é indispensável à paz e à segurança a nível local, nacional e internacional”. Considerando que “a

²⁷ Disponível para consulta em <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:pt:PDF>

diversidade cultural só pode ser protegida e promovida se estiverem assegurados os direitos humanos e as liberdades fundamentais, como a liberdade de expressão, de informação e de comunicação ou a possibilidade de os indivíduos escolherem as suas expressões culturais”, a convenção exorta as partes a tomar “medidas que se destinem a promover a diversidade dos meios de comunicação social, inclusive através do serviço público de radiodifusão”.

E assim, a presença recorrente de matérias ligadas ao pluralismo na prática política corresponde ao que tem sido estabelecido como um dos conceitos centrais nas políticas de comunicação (van Cuilenburg, 1999; Wheeler, 2004; Harcourt, 2005; Hitchens, 2006; Murciano, 2006; Gardam e Levy, 2008). Mesmo em processo de transformação profunda no que dirá respeito ao paradigma de políticas para os *media* neste espaço civilizacional que inclui a Europa Ocidental e os Estados Unidos (van Cuilenburg e McQuail, 2003), liberdade de comunicação e igualdade de acesso deverão continuar a ser dois princípios fundamentais na orientação da governação na linha da defesa da democracia e da cidadania já que o objectivo é assegurar aos cidadãos um leque mediático variado e de alta qualidade.

Segundo Denis McQuail (2003: 201-202), “na teoria da estrutura dos *media* tem sido dada muita atenção às questões da uniformidade e da diversidade”; isto porque, “a maior parte da teoria social preocupada com o *interesse público* valoriza a diversidade e há também aqui uma dimensão económica: a do monopólio versus competição”. Noutra obra, este mesmo autor, salienta que a diversidade “adquiriu o estatuto de um fim em si mesmo para os *mass media*” (1992: 142), existindo três formas através das quais os *media* podem contribuir para a diversidade: reflectindo as diferenças da sociedade, providenciando o acesso a diferentes pontos de vistas e oferecendo um leque variado de escolha.

McQuail e van Cuilenburg (1983: 148) argumentam que a diversidade deve ser perspectivada como “o grau em que diferem os *media* internamente de acordo com algumas características para as quais existe uma distribuição conhecida, ou conhecível, na sociedade”. Entre as diferentes características que podem ser avaliadas, a prioridade resulta dos valores da sociedade em causa e normalmente tem recaído sobre a pertença política, a distribuição geográfica, a confissão religiosa ou diferenças de etnia e linguagem. McQuail e van Cuilenburg (1983) traçam ainda várias fronteiras na natureza da diversidade – abordagem teórica seguida em outros trabalhos posteriores de McQuail (1992), van Cuilenburg (2007), van der Wurff (2004), Hellman

(2001) e Hillve e al. (1997). Assim, a diversidade pode ser reflexiva, se os *media* reflectirem a sociedade em termos quantitativos, ou aberta, se der igual atenção a todas as tendências, grupos ou posições identificados na sociedade.

Para além de abordar a natureza do conceito, a discussão académica procurou ainda enquadrá-lo na filosofia política mais vasta dos sistemas políticos, ligando-o a princípios básicos das democracias. Assim, o pluralismo nos meios de comunicação social é, de acordo com Kaitatzi-Whitlock (1996: 457-458), uma “qualificação da liberdade de informação”, incluindo “diversidade de programação, representação equilibrada de pontos de vista, o objectivo constante que o número máximo de vozes seja ouvido num largo espectro político e cultural”. Assim, propõe como definição a “gestão equitativa do princípio da liberdade de informação”, alertando que o conceito tem impacto nas fontes de informação, nas políticas editoriais e de gestão, nos padrões de propriedade e índices económicos, tais como viabilidade, externalidades e lucros. A complexificação do conceito tornou possível considerá-lo operacional na investigação de vários patamares de actuação dos *media*.

Deste modo, para o Conselho da Europa [Rec 1 (99)], o pluralismo nos *media* engloba o pluralismo estrutural, que tem a ver com a diversidade da oferta mediática (reflectida pela pluralidade de *media* independentes e autónomos), assim como a disponibilização ao público de uma diversidade de tipos de *media* e conteúdos (perspectivas e opiniões). O conceito tem, para o Conselho da Europa, duas dimensões: pluralismo político, que aponta para a necessidade de estar representado nos *media* um leque vasto de opiniões políticas e pontos de vista, no interesse da democracia; pluralismo cultural, que diz respeito à necessidade de uma variedade de culturas, como reflexo da diversidade dentro de uma sociedade, encontrar expressão nos *media*.

Mais recentemente, a conceptualização do pluralismo e da diversidade passou a separar duas dimensões de análise: a externa (para reflectir a necessidade de os *media* apresentarem uma estrutura diversa a nível da propriedade e posicionamento no mercado) e interna (para dar conta da necessidade de os conteúdos mediáticos reflectirem diferentes tendências sociais, em termos de opiniões, perspectivas e acontecimentos). Vários autores, como Doyle (2002a) Hitchens (2006) e La Porte *et al.* (2007) referem esta perspectiva, também adoptada pela Comissão Europeia (2007a: 8) que, num documento de trabalho sobre o pluralismo na comunicação

social, apresenta o conceito – numa concepção que deu depois origem ao estudo que iremos aprofundar em secção posterior – como englobando “um número de aspectos, como a diversidade da propriedade, variedade nas fontes de informação e no leque de conteúdos disponíveis nos diferentes Estados-Membros”, contestando o enfoque exclusivo na matéria da propriedade. Isto porque, em mercados mais pequenos, poderá não ser viável a presença de vários actores (pluralismo externo), mas deverão garantir-se, independentemente disso, mecanismos de salvaguarda do pluralismo dentro das empresas, que podem passar por “obrigações para cumprir com requisitos de programação ou obrigações estruturais como a composição dos corpos gerentes ou responsáveis pela selecção de conteúdos/programação”. Esta posição da Comissão Europeia reflecte uma abordagem cautelosa à distinção entre as duas dimensões, contestando grande parte da reflexão académica feita nesse domínio, que partiu do pressuposto de uma ligação íntima e mesmo de condicionamento entre as duas dimensões (uma baixa diversidade externa, ou seja, poucos proprietários, teria imediatas consequências a nível do pluralismo interno, ou seja, ao nível dos conteúdos).

A ligação da conceptualização e avaliação do pluralismo e da diversidade ao movimento global de concentração da propriedade dos *media* (ao tal pluralismo externo) que, em todo o mundo, parece estar consolidado e sem mostras de vir a abrandar, sempre esteve na agenda da investigação científica. Os riscos e ameaças da nova configuração mundial mediática constituem um tema de contínua expressão no debate académico e político, por parte de investigadores e especialistas em questões de comunicação. Assim, tem sido bastante participado o debate sobre a possibilidade de a concentração da propriedade (que aprofundaremos no ponto 2.2.1.) de uma multiplicidade de órgãos de comunicação social, e actividades conexas, reduzir o número de vozes e canais existentes no espaço público (o tal pluralismo interno). Crescentemente, a investigação tem alertado, contudo, para o facto de não se dever resumir o debate do pluralismo e da diversidade às questões da propriedade, já que outros factores (que trataremos adiante no ponto 2.2.2.) devem ser considerados nessa avaliação.

Por outro lado, as preocupações recorrentes relativamente à necessidade de salvaguardar o pluralismo não cessam perante a diversidade de plataformas que têm surgido, potenciadas nomeadamente pelas novas possibilidades conferidas pela Internet e a multiplicação de canais nos sistemas de distribuição por cabo ou satélite de televisão. Não cessam assim no que diz

respeito à propriedade como escreve Doyle (2002a: 722): “Apesar da cornucópia de novos serviços digitais e crescimento da Internet, a concentração da propriedade dos principais instrumentos de comunicação de massas é, inegavelmente, uma situação perigosa e indesejável”, já que existe o risco de “algumas perspectivas políticas ou formas de expressão cultural (isto é, aquelas favorecidas pelos proprietários predominantes) serem sobre-representadas enquanto outras são marginalizadas ou deixadas de fora dos principais *media*”.

Mas as apreensões não cessam também no que diz respeito à qualidade da informação e da comunicação no espaço público. A multiplicação de plataformas de distribuição de informação e de comunicação traduziu-se na chamada “abundância comunicativa” (Keane, 1984) onde pareceria que o pluralismo e a diversidade estariam assegurados sem necessidade de qualquer outra intervenção ou regulação. Como escreve Tim Gardam (2008: 12), “parece irónico que agora, na era digital, onde não existe mais a escassez de espectro e barreiras à distribuição de conteúdos, onde qualquer pessoa pode ter acesso para as opiniões através da Internet, devamos recear que uma perda de pluralidade possa ser um problema”.

Duas questões importantes podem ser levantadas neste domínio. Primeiro, saber se esta abundância na ecologia mediática é apenas quantitativa ou também qualitativa. Ou seja, trata-se de saber se o facto de haver mais canais em termos numéricos significa que são canais com provisões realmente diferentes (Epstein, 2008). Uma preocupação partilhada pelo Parlamento Europeu que, numa resolução de 2008 sobre a concentração e o pluralismo dos *media* no espaço da União (2007/2253 (INI)), afirmou que “as novas tecnologias, e em particular a mudança para a tecnologia digital na produção e disseminação de conteúdos audiovisuais e a entrada no mercado de novos serviços de comunicação e informação influenciaram significativamente a quantidade de produtos disponíveis e meios de disseminação; contudo, um aumento quantitativo nos *media* e nos serviços não garante automaticamente diversidade de conteúdos”.

O segundo nível de análise nesta era da “supersaturação” (Gitlin, 2002) ou de “caos cultural” (McNair, 2006) resulta do facto de as virtudes do pluralismo só poderem ser promovidas se houver pontos de conexão e reconhecimento mútuo onde as diferenças podem ser confrontadas e acomodadas (Gardam, 2008). Não basta que as opiniões encontrem um espaço nestas novas plataformas, porque ainda que não haja escassez de espaço, há uma limitada capacidade de

prestar atenção e também questões de competências e literacia mediática que limitam uma utilização generalizada e aproveitamento das potencialidades das novas tecnologias pela população. Ou seja, não basta que haja diversidade e pluralismo nas novas plataformas, é preciso que as populações estejam expostas a estes conteúdos (Karpinnen, 2009). De acordo com Klimkiewicz (2009), o conceito tradicional de pluralismo é desafiado pela revolução digital, convergência e multiplicidade de plataformas mediáticas, sendo actualmente o potencial de total utilização e exploração, que depende dos utilizadores individuais e da sua capacidade de ler os *media*, gerar as suas próprias mensagens e interagir com os serviços mediáticos.

Assim, Karpinnen (2007) assinala que, nestas circunstâncias, o pluralismo mediático deverá ser conceptualizado não como mera expressão da diferença mas em termos de contestação às estruturas e discursos hegemónicos. Ou seja, como a capacidade dos *media* em se abrirem a actores sub-privilegiados e abrirem o debate a vozes externas às estruturas sistémicas. Como assinala o autor em outro momento, pluralismo, neste novo contexto, deve ser percepcionado como uma “distribuição mais democrática de poder comunicativo na esfera pública” (Karpinnen, 2009: 167).

2.2.1. Os riscos da concentração

Indiscutivelmente ligada às matérias do pluralismo e da diversidade está a questão da propriedade dos *media*. Segundo Doyle (2002b: 171), “o reconhecimento da necessidade que a sociedade tem de pluralismo e a ameaça ao pluralismo colocada pela concentração dos *media* tem fornecido, historicamente, o principal ímpeto para a regulação da propriedade dos *media*”. A autora contesta ainda o privilégio dado aos interesses dos actores mediáticos de maior relevo em detrimento da salvaguarda do pluralismo, que terá como consequência um predomínio no futuro sobre as crescentes esferas das tomadas de decisão políticas.

McChesney (2000, 2008) tem sido um dos autores mais críticos relativamente às consequências da concentração da propriedade dos *media* e da hipercomercialização do sector, considerando que o actual panorama, constituído por conglomerados e empresas altamente globalizadas, põe em causa os princípios básicos da democracia – sobretudo num país como os Estados Unidos da América onde o serviço público de *media* é quase inexistente. A sua

argumentação passa por expor a concentração de poder e a capacidade financeira que os grandes grupos mediáticos têm, capazes de influenciar e condicionar as práticas e políticas governamentais de vários quadrantes relativamente ao sector, impedindo reformas no sentido de melhorar a vida democrática das sociedades.

A necessidade de regular e legislar no domínio mediático, nomeadamente em matéria de propriedade, é reconhecida pelos académicos e justificada pelo antagonismo que pode surgir entre a defesa dos interesses nacionais, assegurada pelos Estados, e as operações comerciais da indústria (van Cuilenburg e McQuail, 2003). A responsabilidade da legislação, num espaço integrado como é o europeu, tem sido largamente debatida, tendo como pano de fundo a demissão da Comissão Europeia em matéria de concentração de propriedade dos *media*. Entendendo esta como uma área que recai na tutela dos Estados-membros, a Comissão Europeia tem tratado as operações de concentração no âmbito da política industrial, caracterizada nas últimas décadas pela liberdade dada aos grandes grupos em matéria de crescimento, fusão e *joint-ventures* (Silva, 2004; Kaitatzi-Whitlock, 1996), ainda que reconhecendo algumas particularidades no sector dos *media* (em questões nacionais) devido à necessidade de salvaguardar o pluralismo (Harcourt, 2005).

A falta de intervenção da União Europeia nesta matéria permitiu que se instalassem “tendências de concentração e anti-concorrência garantindo, estrategicamente, tempo precioso aos actores já dominantes, o que resultou em distorções de mercado irreversíveis” (Kaitatzi-Whitlock, 1996: 477). No entanto, a posição oficial da Comissão Europeia nesta matéria tem sido reiterar a convicção de que a política de concorrência tem contribuído para manter um nível equilibrado de actuação dos actores no mercado, sendo assim a base para a liberdade de expressão, para a diversidade de opinião e escolha, já que a abertura dos mercados permite a inovação e a diversidade (Ungerer, 2004 e 2005).

Esta posição da Comissão Europeia não tem sido alheia a críticas nomeadamente por parte do Parlamento Europeu e do Comité Económico e Social, têm apelado continuamente à promulgação de medidas efectivas de defesa do pluralismo e consequente limitação da concentração dos *media*. As preocupações relativas à concentração tinham numa fase prévia chegado a tomar o corpo de um projecto de directiva – através do *Green Paper* emitido pela Comissão Europeia em 1992 (Comissão Europeia, 1992) – onde se assumia a necessidade de

harmonizar as regras relativas à propriedade dadas as disparidades existentes. Contudo, o projecto de legislar a nível europeu nunca avançou por falta de aceitação política. Recorrentemente, o Parlamento Europeu tem debatido e aprovado resoluções e recomendações no sentido de exigir actuação por parte da Comissão Europeia e dos Estados-membros na salvaguarda do pluralismo e na prevenção da concentração. Ainda em 2010, considerando que a União Europeia promove a liberdade de informação, e sendo o pluralismo no sector dos *media* um pré-requisito para a democracia europeia que não é assegurado pela concorrência ou progresso tecnológico, os eurodeputados pediam aos Estados-Membros que assegurassem e fiscalizassem o total cumprimento do já citado artigo 11º da Carta Europeia dos Direitos Fundamentais.

A ideia de que é preciso perspectivar os *media* como um sector com particularidades específicas será consensual junto das instituições europeias, sendo que a regulação dos mercados não tem sido vista “como uma mera correcção das insuficiências de mercado”; contudo, “a abordagem da instituições europeias à regulação dos mercados mediáticos em termos de políticas representa uma abordagem fundamentalmente económica” (Harcourt, 2005: 199). De facto, assegura a autora (2005: 212), “a concentração da União Europeia na exploração de mercados mediáticos para o crescimento do capital sacrificou o objectivo mais vasto de proteger o pluralismo e desta forma proteger a democracia na Europa”.

A opção por uma política não restritiva a nível da concentração tem sido mais recentemente justificada pelos actores europeus com a necessidade de perspectivar o pluralismo de uma forma mais ampla. A posição da Comissão Europeia evoluiu no sentido de considerar outros factores na avaliação da expressão do pluralismo e da diversidade (Comissão Europeia, 2007b), uma posição que tem recebido alguma fundamentação por parte de académicos e alguns estudos empíricos. Van Cuilenburg (1999:189) recusa igualizar a diversidade à estrutura de mercado e ao comportamento organizacional dos *media* por considerar que “falta saber se mais competição nos *media* realmente resulta em mais variedade de *media*”, já que “mercados mediáticos altamente competitivos podem resultar em igualdade excessiva dos conteúdos dos *media*, quando se deveria não excluir, pelo menos teoricamente, a possibilidade de os oligopólios mediáticos ou mesmo monopólios produzirem um leque altamente diversificado de conteúdos mediáticos”.

Por outro lado, um recente trabalho, promovido pelo Conselho da Europa (2006: 4), deixou algumas reservas sobre a relação inequívoca e directa que tem sido estabelecida entre concentração da propriedade dos meios de comunicação social e diminuição de pluralismo, afirmando que “este estudo não conseguiu identificar uma ligação directa entre a concentração mediática e a diversidade de conteúdos e pluralismo em termos quantitativos”. O que não significa, ressalva o documento, que não haja relação entre a concentração da propriedade e a diversidade de conteúdos, mas sim que não foi possível estabelecê-la de forma directa e evidente, tendo outros factores – como recursos, dimensão dos mercados e obrigações regulamentares – sido identificados também como factores-chave para determinar o leque de programação. O documento assinala ainda que “os dados sobre diversidade de conteúdos reunidos para este relatório não indicam uma ligação forte entre concentração de mercados e diversidade de conteúdos. Os mercados que são altamente concentrados podem demonstrar níveis semelhantes de diversidade de conteúdos como os mercados que são menos concentrados”.

Este estudo comparou os níveis de concentração estrutural no sector dos meios de comunicação social, calculado a partir do Índice de Herfindahl-Hirschman²⁸, com a diversidade de conteúdos de televisões e jornais em quatro países europeus (Itália, Noruega, Reino Unido e Croácia), durante duas semanas. Foram analisados os temas abordados pelas notícias e os actores que têm acesso aos *media* para aferir o pluralismo político (em termos de acesso aos *media* por políticos, sociedade civil e grupos sociais) e cultural, assim como a diversidade de fontes, e pluralismo na programação em termos de categorias e géneros. Ainda de acordo com este estudo, as notícias televisivas cobrem um vasto leque de assuntos nacionais, mas sem complementos programáticos que proporcionem análise e informação sobre assuntos da actualidade ou políticos. Os autores identificaram ainda uma alta importação de programas ficcionais, vindos sobretudo dos EUA, e afirmaram que os serviços públicos se notabilizam por oferecer programas em áreas não atractivas para grandes audiências, assim como de produção nacional.

²⁸ Este índice, providencia, através da aplicação de uma fórmula matemática, a medida da dimensão das empresas em relação à indústria/sector, sendo um indicador de concorrência usado de forma generalizada na legislação anti-trust e nas investigações relativas a posições dominantes de mercado.

Também Doyle (2002b), ainda que reflectindo sobre a necessidade de a regulação limitar a concentração e intervir no domínio da propriedade, assinala a insuficiência de uma abordagem de salvaguarda do pluralismo que actue apenas a esse nível. O carácter indirecto da relação causa-efeito entre concentração dos *media* e pluralismo leva a que outras variáveis, para além da diversidade da propriedade, tenham de ser consideradas, o que tem implicações acrescidas em termos de políticas. Deste modo, estas reflexões apontam para o facto de que a propriedade, sendo essencial para compreender a natureza do espaço público, não é suficiente para aferir o nível de pluralismo e diversidade presente no cenário mediático.

A complexidade incorporada no conceito de pluralismo não se compadece assim apenas da discussão em torno da diversidade de propriedade e é este o pressuposto do novo caminho por que enveredou a própria Comissão Europeia, ao lançar em 2007, um estudo que visa identificar os indicadores de pluralismo. Podemos encontrar a génese deste projecto nas preocupações e na elaboração de temas de análise preparadas pela Comissão Europeia, no âmbito da Conferência de Audiovisual, que teve lugar em Liverpool em 2005. Um dos documentos de trabalho (Comissão Europeia, 2005) abordava especificamente a questão do pluralismo nos *media*, afirmando que a sua manutenção e desenvolvimento “é crucial para o processo democrático nos Estados-Membros e na União Europeia como um todo”. Neste documento, assinalava-se que o pluralismo ganhava com a circulação de produtos audiovisuais no espaço da União e com a defesa dos produtores independentes. O pluralismo, afirmava ainda, passava pela defesa do serviço público de televisão, liberdade editorial, condições de trabalho dos jornalistas e pelo relacionamento entre os actores mediáticos e políticos.

2.2.2. Indicadores de pluralismo e diversidade – a problemática da medição

Na sequência destas tomadas de posição, a Comissão Europeia decidiu lançar um estudo (ICRI *et al.*, 2009) mais amplo sobre a questão dos indicadores do pluralismo, tendo subjacente a ideia de que avaliar a expressão do pluralismo, na informação e serviços mediáticos que são postos à disposição dos cidadãos, implica aferir uma série de factores e não apenas reduzir a questão à propriedade. O que não quer dizer também, e por outro lado, que esta seja negligenciável ou um elemento de menor importância. Desta forma, como já vimos, vários autores (como Doyle, 2002b; McChesney, 2000; Harcourt, 2005; La Porte *et al.*, 2007)

assinalam a importância de avaliar a estrutura da propriedade dos *media* num dado mercado, analisando a questão da concentração. E aqui não se pode esquecer o carácter multisectorial da consolidação empresarial, olhando para os casos de concentração horizontal, mas também de integração vertical.

Assim, a investigação académica neste domínio tem demonstrado que a estrutura de mercado é um dos indicadores a considerar no âmbito do pluralismo, o que significa verificar quotas de mercados, mas também a integração na cadeia de produção de serviços independentes (Doyle, 2002b). Isto será talvez mais importante quando se analisa a programação de uma dada estação televisiva. Importa avaliar assim se, por exemplo, os programas transmitidos resultam de produtoras próprias ou adquiridos a outros fornecedores, nomeadamente produtores independentes. Um estudo de La Porte *et al.* (2007: 388) identificou em seis Estados-Membros da União Europeia “uma presença insignificante de produtores independentes no *prime time*” dos principais canais de televisão.

Outra questão que tem sido alvo de algumas reflexões diz respeito ao facto de, ainda no domínio da produção e olhando para o sector informativo, ser necessário introduzir em matéria de análise do pluralismo a averiguação da dependência dos jornais e serviços audiovisuais de informação face a poderosas fontes de informação. É o caso das agências noticiosas (Paterson, 2006; Mowlana, 1985) sobretudo no que diz respeito à informação de carácter internacional – dominada pelas grandes empresas ocidentais (AFP, API e Reuters) – ou mesmo das agências de comunicação e serviços de relações públicas que estão a mudar significativamente as rotinas produtivas dentro das redacções (ERC, 2007b; Davis, 2000).

Olhando a montante da produção para as condições do mercado, para além das opções políticas, faz sentido que sociedades mais ricas tenham, por norma, melhores condições para defender o pluralismo em termos de diversificação da oferta, já que existe um bolo publicitário suficientemente grande para suportar vários *media*. Em mercados mais pequenos, essa possibilidade apresenta-se reduzida. Assim, outra questão que tem sido levantada diz respeito ao facto de uma avaliação do pluralismo poder incluir uma análise sobre o esgotamento (ou não) da capacidade do mercado. A argumentação da pequena dimensão do país e do investimento publicitário tem servido para justificar em países como Portugal (Sousa e Silva, 2009) algumas barreiras à entrada para novos operadores, em especial no que diz respeito à televisão de sinal

aberto e emissoras nacionais de rádio (e também para não intervir em domínio de concentração).

Partindo agora para análise do conteúdo e para a verificação da expressão das diferentes vozes, opiniões e sensibilidades que compõem uma sociedade, só uma monitorização sistemática da oferta (em termos de informação, entretenimento e programação) poderá dar conta da concretização do pluralismo. Esta monitorização deverá analisar não só a presença, mas igualmente o tratamento dado à diferença. Ou seja, importa igualmente saber se é a perspectiva, por exemplo, das minorias que é retratada e não a visão da maioria sobre os outros grupos. Por isso, não basta ter em atenção se, por exemplo, a informação aborda as diferentes confissões religiosas praticadas numa dada sociedade, mas também se a voz que lhes é dada é a sua própria ou se foram transformadas em ventríloquos da confissão dominante (Avraham, 2002 e 2003). Neste domínio, La Porte *et al.* (2007: 386) defendem que seja igualmente assegurada a cobertura de actores diversificados no plano extra-fronteiras assinalando que uma “presença internacional institucional diferenciada permite a medição do grau de localismo ou de visão nacional da informação”. O estudo realizado por estas autoras em seis países da UE demonstrou a “ausência de pluralismo em relação às vozes externas” (2007: 396).

O estudo contratado pela Comissão Europeia neste domínio corresponde a uma tentativa de aprofundar a questão dos indicadores de pluralismo. O “Independent Study on Indicators for *Media* Pluralism in the member states – towards a risk-based approach” (ICRI *et al.*, 2009) teve como objectivo produzir uma ferramenta de monitorização para diagnosticar situações de risco em termos da expressão do pluralismo e não providenciar um qualquer retrato ou diagnóstico da situação europeia, deixando a cada Estado-membro a iniciativa de pôr o estudo em prática, agir e actuar. O documento apresenta uma bateria de indicadores que devem ser analisados de forma a avaliar ameaças a este princípio fundamental distribuídos em seis domínios (básico, propriedade e controlo, tipos e género de *media*, político, cultural e geográfico).

Os indicadores podem ser de natureza legal (dizendo respeito aos instrumentos e políticas, assim como disposições regulamentares), sócio-demográficos ou económicos. Esta ferramenta de monitorização parte do pressuposto de que existem três objectivos normativos – i.e. pluralismo cultural, político e geográfico/local – e dois meios operacionais – i.e. pluralismo de propriedade e controlo e diversidade de tipos e géneros de *media*, incluindo o serviço público. O

estudo identifica indicadores, ameaças para cada domínio, métodos de análise e dados a pesquisar. A opção por uma abordagem baseada na aferição do risco é justificada pelos autores como uma forma de assinalar problemas, deixando livremente a cada Estado-membro a opção (ou não) por uma intervenção e a direcção dessa acção, mais orientada pelo mercado (enfatizando a escolha dos consumidores e a desregulamentação) ou virada para a regulação pública.

O total de indicadores a analisar neste estudo é de 166. Até ao momento, não há conhecimento de nenhum Estado-membro que tenha resolvido aplicar este estudo à realidade do seu país. De facto, pôr em prática esta ferramenta requer uma combinação de metodologias (como recolha de dados estatísticos, análises amostrais, recurso a painéis de peritos) que a torna muito exigente em termos de tempo, custo, trabalho e disponibilidade de dados – o que dificulta, se não mesmo impossibilita, a sua implementação de uma forma sistemática, regular e com objectivos de actuação política claros. Neste domínio, a complexificação dos critérios de análise no que diz respeito à aferição do pluralismo e diversidade terá apenas contribuído para a paralisação da investigação e da acção.

É nesse sentido que podemos entender a mais recente iniciativa da Comissão Europeia (Comissão Europeia, 2011) em matéria de defesa do pluralismo e da diversidade nos *media*: a criação de um grupo de alto nível que terá como missão, analisar e apresentar recomendações sobre limites à liberdade ou independência dos *media* resultantes de interferências políticas ou económicas, concentração da propriedade e consequências em termos de liberdade e pluralismo, funções e independência das entidades reguladoras.

2.3. Divergindo pluralismo e diversidade

Na discussão apresentada até agora, os conceitos de pluralismo e de diversidade têm sido usados indistintamente, seguindo o que tem sido tendência na investigação académica. De uma forma geral, diversidade e pluralismo são considerados na literatura e em diversos tratados legais e regulamentares, no plano nacional e internacional, como sinónimos e conceitos equivalentes (Hellman, 2001; Hitchens, 2006), num plano que indicia a complexidade destes fenómenos e coloca a tónica na salvaguarda fundamentada em matéria de saúde democrática e

das sociedades. Contudo, existem algumas distinções que podem ser apresentadas, à partida, entre ambos os conceitos.

Assim, e de uma maneira geral, podemos considerar que o pluralismo tem sido usado para expressar a necessidade de existirem vozes plurais na sociedade, ou seja, tem sido mais entendido numa perspectiva quantitativa. Na discussão da Teoria Política, vários autores, como Rawls (1993), Galston (2002) e Mouffe (2005), adoptaram esta terminologia. Usado tradicionalmente no espectro político (como se pode ver na literatura que reflecte sobre esta temática) e também em matéria religiosa, o pluralismo tem sido entendido como a expressão de vários actores (vozes, pessoas, partidos, confissões religiosas, etc.) no espaço público onde decorre o debate que caracteriza a democracia deliberativa. Esta é a perspectiva adoptada, por exemplo, por Klimkiewicz (2005) e Murciano (2006).

A diversidade está mais ligada à questão da qualidade, ou seja, da diferença. Importa, quando se fala de diversidade, atender à expressão das diversas/diferentes realidades de uma dada sociedade. Neste campo, abordamos matérias como nacionalidades ou minorias étnicas e sociais, classes profissionais e graus educacionais ou práticas culturais. Este é, por exemplo, o entendimento da Unesco que na sua Convenção sobre a Protecção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais assinala que “a protecção e a promoção da diversidade das expressões culturais implicam o reconhecimento da igual dignidade de todas as culturas, incluindo as das pessoas pertencentes a minorias e as dos povos autóctones, e do respeito pelas mesmas” (Unesco, 2005). Segundo o mesmo documento, diversidade cultural “remete para a multiplicidade de formas nas quais as culturas dos grupos e das sociedades encontram a respectiva expressão. Essas formas de expressão transmitem-se no interior dos grupos e das sociedades e entre os mesmos” (Unesco, 2005).

No entanto, estas abordagens diversas resultarão mais de opções em termos semânticos do que de diferenças conceptuais assumidas e explicitadas. E coloca-se a questão de saber se a diferenciação destes conceitos é possível, útil e operacional. Retomando as propostas fundadoras de McQuail e van Cuilenburg (1983) e McQuail (1992) que estabelecem, na análise da expressão da diversidade (conceito usado preferencialmente) nos *media*, lembramos a questão de uma possível distinção entre géneros de diversidade: aberta ou reflexiva. A diversidade reflexiva diz respeito à capacidade de os *media* darem conta, de forma proporcional,

das diferentes características/dimensões (i.e. partidos políticos, géneros, religiões, etc.) de uma dada sociedade, enquanto que a diversidade aberta acontece quando todas as vozes, opiniões e pessoas têm igual oportunidade de acesso aos *media*. Como vemos estas são duas faces de uma realidade que se excluem mutuamente, já que igual oportunidade de acesso significa que não há tratamento proporcional à expressão que uma dada dimensão tem na sociedade. Portanto, assinala McQuail (1992), uma das problemáticas que as políticas de comunicação devem resolver é se vão activamente promover uma diversidade aberta ou, pelo contrário, se vão defender a diversidade reflexiva.

Esta distinção de McQuail e van Cuilenburg (1983) e McQuail (1992) é importante para pôr em perspectiva o facto de haver abordagens diferentes à expressão do pluralismo e da diversidade, mas torna-as mutuamente exclusivas como se existisse apenas um canal de acesso aos meios de comunicação, uma única forma de povoar o espaço público. É por isso que a nossa proposta, no âmbito desta dissertação, vai no sentido de construir as noções de diversidade e pluralismo em domínios diferentes, não do ponto de vista da sua expressão nos *media* (do ponto de vista do tratamento igual ou proporcional), mas sim da sua natureza estrutural, com reflexos em termos de influência no espaço público e interacção com os cidadãos.

A nossa proposta está esquematizada no Quadro 2.1. e tem subjacente uma noção de poder que segue, nas palavras de Hartley (2004), a tradição da economia política influenciada pela corrente marxista. Assim, aqui o poder é um recurso escasso, emanado das forças produtivas: o domínio sobre as forças produtivas (capital e trabalho) confere poder. Ao formalizar a teoria da sociedade em rede, Castells (2005: 17) segue a mesma filosofia ao defender que “poder é a relação entre os sujeitos que, na base da produção e da experiência, impõe a vontade de alguns sujeitos sobre outros pelo uso real ou potencial de violência física ou simbólica”. Outras concepções de poder, nomeadamente como a proposta por Foucault (1994,1992), consideram um sentido menos restritivo (Hartley, 2004; Carpentier, 2011), definindo o poder como a matriz da relação de força em qualquer momento, em qualquer sociedade, significando que o poder é exercido, não possuído. “Em qualquer sítio onde haja poder, o poder exerce-se. Ninguém é, propriamente falando, o seu titular” (Foucault, 1994: 313). A dominação não será aqui a essência do poder e resistir ao poder é igualmente uma forma de poder: “Não existem relações

de poder sem resistências (...) [e] estas são mais reais e mais eficazes quando se formam ali mesmo onde se exercem as relações de poder” (Foucault, 1992: 171).

Quadro 2.1 – Divergências conceptuais de pluralismo e diversidade

Liberdade de expressão, de Informar e ser informado Propósito Democracia Debate e deliberação Acção e decisão política		
Domínio	Pluralismo	Diversidade
Natureza	Organizações (Estruturas sociais como partidos políticos, empresas, religiões, sindicatos, associações étnicas, etc....)	Movimentos sociais (Manifestações e acções de participação política, iniciativas de intervenção cívica, minorias sem representação)
Dimensão temporal	Duradoura	Efémere e volátil
Discurso	Poder estabelecido	Vozes alternativas às estruturas (estratégias de contra-poder e resistência)
Influência no espaço público	Reforço estrutural (organizações, poder e sistema)	Inovação (Contestação e mudança social)
Interacção com os cidadãos	Informação	Capacitação (Novas competências de participação; literacia mediática)
Perspectiva de análise preponderante	Quantitativa e proporcional (Quotas: mercado/representação)	Qualitativa (Relações e abertura)

Mesmo não seguindo este entendimento de poder, é preciso considerar o papel dos mecanismos de resistência ao exercício do poder – no âmbito desta dissertação, o caso particular do poder discursivo dos *media*. Em primeiro lugar, há a ressaltar que o discurso dos *media* tem de ser reconhecido e aceite pela sua audiência, o que consegue pelo alinhamento com o contexto providenciado pela multiplicidade dos outros discursos (Carpentier, 2011). O poder discursivo dos *media* resulta da imbricação das representações mediadas no contexto social, mas também implica a construção da sua legitimidade e centralidade através do esforço das organizações mediáticas em se enquadrar, ordenar e nomear (Couldry, 2003). O poder discursivo é assim construído e coloca restrições à participação que são geradas pelo facto de haver “acesso privilegiado de algumas vozes (i.e. membros de elites políticas nas notícias *mainstream*)” e consequente falta de acesso para outras, ainda que “a resistência continue a ser uma possibilidade, e muitas outras vozes possam ser ouvidas através dos canais dos *media* alternativos e novos *media*” (Carpentier, 2011: 147). Ou seja, mesmo em presença de um discurso que sirva o poder estabelecido, não se podem esquecer os mecanismos de contra-poder. Blumler e Coleman (2010: 145) defendem mesmo que o revigorar da vitalidade democrática nas sociedades implica uma proeminência dos fóruns cívicos, onde “os que não têm poder tomam parte na consideração, e talvez na determinação, dos assuntos do dia”, já que “quanto mais as abordagens estiverem orientadas para o poder, menor a margem para os cidadãos comuns se envolverem, já que estão reduzidos a meros espectadores ou peões”.

Tendo por base estas considerações sobre o poder, podemos conceber o pluralismo, no âmbito desta dissertação, como uma realidade de natureza iminentemente quantitativa: a expressão plural de vozes que supõe uma realidade numérica, um universo portanto conhecido e organizado. Desta forma, o pluralismo diz respeito às organizações: políticas, sociais, religiosas e culturais. Estas organizações são entendidas como representações estabelecidas de determinadas correntes da sociedade, o que não quer necessariamente dizer que tenham perspectivas muito diferentes (vejamos o que acontece em termos partidários, com a aproximação ideológica dos principais partidos do poder ao centro). Entendemos este princípio como a expressão das formas estruturais da sociedade, o que nos dá um quadro formal, mais duradouro no tempo e mais fácil de perspectivar quantitativamente.

No pluralismo, lidamos com organizações que têm assim meios, recursos, massa crítica e uma maior facilidade de acesso ao espaço público e aos meios de comunicação tradicionais. Contudo, avaliar uma sociedade apenas da perspectiva da sua análise plural é adoptar uma visão da sociedade reduzida ao poder estabelecido. “As instituições da sociedade são construídas para reforçar as relações de poder existentes em cada período da história” (Castells, 2005: 17-18). Desta forma, nesta concepção de pluralismo, o discurso é predominantemente proferido por vozes que reforçam o poder estabelecido e, por esta via, mantêm a estrutura da sociedade – em termos de configuração e também de actores. Os cidadãos são informados sobre os assuntos que dizem respeito à gestão da sociedade, numa perspectiva que visa dar-lhes conhecimento suficiente para uma escolha informada quando chamados a pronunciar-se (normalmente em actos eleitorais), mas que não procura dar-lhes ferramentas de intervenção e participação.

Por isso, será importante que uma análise sobre o propósito de uma sociedade democrática que, nas palavras de Touraine (1998), é, por natureza multicultural, seja complementada com uma reflexão sobre a diversidade. No âmbito desta dissertação, a diversidade é conceptualizada como a expressão da diferença. Isto remete-nos para uma perspectiva qualitativa e para um universo cujos limites são desconhecidos, porque é desorganizado e informal. Quando falamos de diversidade e de diferença na sociedade, estamos a olhar para indivíduos, redes não estruturadas e grupos sem linhas de comando fixas e conhecidas. É uma perspectiva alargada da sociedade que inclui minorias sem representação, cidadãos sem organização partidária ou confissão religiosa oficial. Mas é também uma realidade mais volátil, sujeita à mudança e de maior dificuldade em conhecer e difundir. Portanto, conhecer a expressão da diversidade é uma tarefa árdua, até porque o acesso ao espaço público e aos *media* é de maior dificuldade. Se no caso do pluralismo, será mais fácil encontrar indicadores, as formas de medição da diversidade são de complexa conceptualização e identificação.

Mas isso não significa, contudo, que os *media* possam esquecer esta realidade. Ainda que “em qualquer sociedade livre, as minorias e os grupos de oposição devam ser capazes de desenvolver e manter os seus próprios *media* alternativos” (McQuail, 2003: 73), não podemos esquecer que, de uma maneira geral, o desempenho dos *media* em termos de diversidade implica que eles sejam capazes de divergir, ou seja, de tomar diferentes direcções,

nomeadamente que sejam capazes de divergir do poder estabelecido, “contribuindo para a pluralidade de opiniões na sociedade” (Watson, 2003). Isso implica abrir o discurso a outras vozes que não as dominantes, vozes alternativas, de contra-poder – como foram durante muito tempo, as defensoras das correntes feministas (Fraser, 1992) e das minorias. Como defende Dahlgren (2005: 152), “devem existir espaços onde os cidadãos pertencendo a diferentes grupos e culturas, ou falando em registos e mesmo linguagens diferentes, encontrem uma participação significativa”, sendo que “diferenças de todos os tipos, incluindo interesses e orientações políticas, de género, etnia, capital cultural e geografia, podem garantir espaços comunicativos especializados”. Garantir acesso é assim uma função essencial dos *media*, já que o objectivo da representação “é tornar presente as vozes, esperanças e ansiedades daqueles que não podem tomar parte nas tomadas de decisão políticas” (Blumler e Coleman, 2010: 142).

A necessidade de complementar as observações é reconhecida por McQuail e van Cuilenburg para quem uma análise dos *media*, tendo como critério único a reflexividade, e portanto uma perspectiva próxima no nosso entendimento de pluralismo, tem como fraqueza o seu conservadorismo: “A mudança começa habitualmente como visões e movimentos minoritários e se a estes é negado regularmente o acesso simplesmente por causa do seu *status* de minoria, existirá um enviesamento auto-cumprido contra o que é novo ou que desafia a ordem estabelecida” (1983: 152). Por outro lado, oferecer apenas um reflexo da sociedade, como que um leque que disponibiliza apenas o que cidadãos querem ver ou ouvir, pode a longo prazo reduzir a diversidade (van der Wurff, 2004), já que estreita horizontes e enclausura os cidadãos na suas opções, não os expondo a uma diferença que poderiam até vir a adoptar ou então, pelo menos, compreender. A inovação é um processo social que tem lugar quando existe confronto social destes novos modos de vida ou transformações tecnológicas que podem, ou não, ser adoptados – em qualquer caso, a exposição de uma qualquer invenção é o passo inicial (Stöber, 2004).

Assim, é no domínio da diversidade que podemos encontrar a expressão da contestação que Karpinnen (2007) assinala como sendo essencial nos *media*: a abertura a vozes subprivilegiadas e alternativas. “É preciso ter em consideração contra-esferas públicas e esferas públicas alternativas, onde correntes políticas de oposição ao *mainstream* dominante possam encontrar suporte e expressão” (Dahlgren, 2005: 152). E é claro, defende ainda este autor, é

necessário que os cidadãos sintam, de alguma forma, que a sua discussão política tem consequências, sob pena de resultar em descomprometimento e cinismo, o que “muitos observadores dizem ser o padrão, há mais de uma década, nos sistemas mediados de massas de comunicação política nas democracias liberais ocidentais” (Dahlgren, 2005: 153).

Esta nova abordagem conceptual que propomos apresenta, do nosso ponto vista, a vantagem de separar duas realidades distintas da sociedade e de permitir situar a observação quando analisamos a sua expressão no espaço público. Ao não tratar indiscriminadamente estas realidades, estamos a facilitar a análise e investigação, clarificando a área da nossa investigação e a evitar que, por exemplo, a abordagem legislativa ou reguladora a qualquer uma destas realidades branqueie o ignorar de facto da outra. Podemos ter uma defesa destes dois princípios no enquadramento legal, ou ter uma lei que protege apenas de um deles. Podemos ter uma regulação que defende o pluralismo, mas que não considera a diversidade, ou olhar para a diversidade sem ter em conta o pluralismo.

Assim, a existência de um sistema mediático que é plural, com uma pluralidade de meios e canais, onde as diferentes organizações de uma sociedade (em termos de partidos políticos, igrejas confessionais ou pertenças laborais) encontram expressão e que mantém os cidadãos documentados e capazes de escolhas informadas sobre aspectos do governo das suas sociedades, não significa que ele é diverso. Ou seja, isto não significa que este sistema mediático plural respeita a diversidade existente nessa sociedade se ele não se abrir a movimentos e acções sem organização ou expressão numérica conhecida, que representem as alternativas, a contestação e as potenciais mudanças sociais. Se as vozes críticas que estão fora das estruturas sistémicas habitadas pelo mercado ou pela burocracia estatal não têm acesso ao debate público, o propósito da diversidade não está cumprido. A exposição dos cidadãos a contextos sociais diferenciados, inovadores e mesmo contestatários, através da abertura do poder comunicativo na esfera pública a vozes fora das estruturas que representam o discurso *mainstream*, é a garantia de que um sistema mediático é diverso.

O respeito pelo pluralismo, tal como aqui conceptualizado, é importante, porque garante que os cidadãos se possam sentir identificados com as representações que os *media* veiculam. As organizações de uma sociedade, que a estruturam e gerem, criam naturalmente sentimentos de pertença e envolvem grande parte dos cidadãos. Que elas estejam presentes e que sejam

actores dos discursos políticos mediados, é igualmente relevante para o projecto de uma democracia multicultural. Será necessário que o cidadão seja informado sobre as actividades dos partidos políticos, sobre a vida das religiões e sobre as propostas das diferentes organizações sociais (como sindicatos, associações sócio-profissionais, culturais, cívicas, etc.). Mas o facto de um sistema mediático respeitar o princípio do pluralismo não o deve demitir de procurar também abrir-se à diversidade, à presença de culturas múltiplas e propostas variadas de discursos políticos. O que é essencial numa sociedade multicultural: “A importância actual dos movimentos culturais e da resistência ao sistema político, ainda dominado pela institucionalização dos antigos conflitos sociais, confere uma importância particular às exigências e às contestações radicais que se situam à margem das instituições políticas e dos mecanismos jurídicos” (Touraine, 1998: 317).

Esta abertura, para além de garantir a convivência de diferentes pertenças e mesmo identidades difusas e partilhadas (Innerarity, 2006), promove a crítica social e política, a inovação, propondo novas soluções e alternativas – que podem não ser seguidas, mas que são a garantia de que, ao chegarem ao espaço público, há discussão para além das representações *mainstream* que reforçam o poder estabelecido, de forma a evitar o desinteresse, o descomprometimento e o cinismo para com a actividade política. Blumler e Coleman (2010: 151) propõem mesmo uma nova função para os jornalistas, para além do fornecimento de informação plural: o de “criarem oportunidades para os cidadãos agirem sobre a informação e desafiarem os detentores do poder”.

2.4. Conclusões

O exercício final de conceptualização e separação da natureza da diversidade e do pluralismo mostra a complexidade destes fenómenos que nos propusemos discutir e examinar. Dessa complexidade podem resultar duas estratégias em termos de análise e investigação: a sua complexificação em termos metodológicos, nomeadamente no que diz respeito à selecção dos indicadores [como acontece no estudo (ICRI *et al.*, 2009) encomendado pela Comissão Europeia] que exprimem uma grande fragmentação da realidade a estudar; ou, em contrapartida, a identificação de linhas estruturais de observação que permitam extrair

tendências, como pretendemos fazer nesta tese. A nossa proposta de divergência conceptual de pluralismo e diversidade tem por objectivo responder a esta necessidade de identificar tendências, pela definição da natureza estrutural dos conceitos de pluralismo e diversidade, no sentido de permitir observar a expressão destes princípios nos sistemas mediáticos.

Da ampla apresentação do estado da arte sobre estas matérias, podemos salientar, para além da já acima mencionada profundidade dos conceitos, a importância que pluralismo e diversidade assumem nos sistemas democráticos, sobretudo pela expressão que podem ter nos debates, confrontos e deliberações. Por isso, são princípios alvos de legislação, regulação e debate público. Estas são as dimensões que nos propomos analisar no próximo capítulo.

3. O caso português: regulando o pluralismo e a diversidade

«Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é simultaneamente controlada, seleccionada, organizada e redistribuída por um certo número de processos que têm por papel exorcizar-lhe os poderes e os perigos, refrear-lhe o acontecimento aleatório, esquivar-lhe a pesada, temível materialidade.»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*.

Pluralismo e diversidade são alvo de recorrente debate em Portugal, sendo o termo pluralismo mais privilegiado pelo discurso público que aborda as questões dos *media*. Todas as leis portuguesas que regulam a comunicação social incorporam esta questão, usando ou não esta terminologia, a começar pela secção que, na Constituição da República Portuguesa, traça a arquitectura do que deve ser este sector em termos de princípios básicos. Pluralismo e diversidade têm sido também uma área importante de regulação em Portugal e, por vezes, também alvo de discussão pública.

A análise da regulação – quer no quadro da legislação, quer a nível da actuação da entidade pública reguladora dos *media* – pode dar-nos um panorama de como tem sido perspectivada a questão de pluralismo e diversidade (aqui e, por enquanto, tratados de forma indiferenciada) em termos da estrutura legal portuguesa. Há também um entendimento social, expresso pelas posições públicas assumidas em debates sobre a matéria, por parte de vários actores, que importa analisar, para podermos traçar um quadro mais completo sobre o tratamento dado às matérias do pluralismo e da diversidade em Portugal.

A regulação, aqui entendida no sentido mais estrito dos instrumentos administrativos usados pelo Estado para guiar a conduta das instituições, enquadra-se no que McQuail (2003: 187) designa de enquadramentos básicos de responsabilização, nomeadamente o da “lei e regulação”, com vista a “criar e manter as condições para a comunicação livre e alargada na sociedade”. Esta abordagem à responsabilização incide no carácter público da acção, suportado pelo poder governamental e pelo controlo democrático. Ainda que outras concepções de

regulação (ver, por exemplo, Black, 2002) incluem variados níveis de intervenção (nomeadamente de organizações sociais e empresariais), o conceito é aqui entendido como o nível de actuação do Estado, ainda um actor essencial (Puppis, 2010) apesar da proliferação de formas não estatutárias de regulação (que podem ser entendidas colectivamente como *governance*).

3.1. O quadro legislativo

Em Portugal, não encontramos uma definição específica de pluralismo ou diversidade na legislação do sector da comunicação social. Há referências genéricas ao facto de ser necessário garantir uma presença de diversas tendências no seio dos *media*, mas esta preocupação não é objectivada em termos de critérios, indicadores ou mesmo conceptualização. A única relação que é estabelecida directamente na legislação com as questões do pluralismo e da diversidade é com a questão da propriedade dos meios de comunicação social, nomeadamente, com o facto de a concentração empresarial poder lesar estes princípios, e com a independência (política e económica) dos meios.

Este entendimento está, desde logo, expresso na lei fundamental, a Constituição da República Portuguesa (CRP) onde encontramos uma obrigação específica para o sector público dos *media*: «A estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião» (artigo 38º). Na raiz do entendimento deste conceito podemos ainda encontrar as referências à independência que se espera dos *media*, nomeadamente em relação a poderes políticos e económicos. Essa independência tem sido vista pela literatura científica (ver Doyle, 2002b) também como um garante do pluralismo e diversidade.

Esta obrigação de diversidade é depois alargada a toda a comunicação social no artigo seguinte que aborda o organismo de regulação, onde se pode ler que cabe a uma entidade administrativa independente assegurar nos meios de comunicação social «a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião» (alínea f) do ponto 1 do artigo 39º). Ainda no âmbito do que poderá ser a defesa da diversidade, esta entidade deverá salvaguardar «a não

concentração da titularidade dos meios de comunicação social» (alínea b) do ponto 1 do artigo 39º), princípio que encontramos plasmado no ponto 4 do artigo 38º da CRP, onde se lê que o “Estado assegura a liberdade e a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico, impondo o princípio da especialidade das empresas titulares de órgãos de informação geral, tratando-as e apoiando-as de forma não discriminatória e impedindo a sua concentração, designadamente através de participações múltiplas ou cruzadas”.

Como podemos ver, não existe na CRP uma definição clara do que é o pluralismo ou a diversidade (e muito menos uma diferenciação entre os dois conceitos), não sendo também definidos critérios claros de aferição ou da expressão destes princípios. Há, contudo, como já foi referido, duas dimensões que lhe surgem associadas: a concentração da propriedade dos meios de comunicação social, como uma das principais ameaças a estes princípios, e a defesa da independência dos meios de comunicação social perante os poderes políticos e económicos, como um dos seus garantes.

Esta opção do legislador pela protecção do pluralismo a nível do conteúdo poderá resultar do facto de haver um entendimento de que a CRP favorece claramente essa dimensão, que se traduz “em dar expressão às diversas correntes de opinião”, e ainda que a lei fundamental não as especifique, “há-de naturalmente tratar-se das correntes de opinião de natureza política ideológica, religiosa e, em geral, cultural” (Canotilho e Moreira, 2007: 589). Ainda de acordo com estes constitucionalistas, este princípio implica uma opção pela representatividade, ou seja, o seguimento de uma perspectiva algo proporcional destas correntes já que exige “a proibição do silenciamento de qualquer corrente de opinião relevante na colectividade; a obrigação de atribuir a cada uma um mínimo adequado de expressão e a proibição de dar expressão a cada uma de forma desproporcionadamente grande ou pequena” (Canotilho e Moreira, 2007: 589).

As leis subsectoriais (Imprensa, Rádio e Televisão) assumiram esta perspectiva genérica sobre o pluralismo, mas acabaram por não incluir as limitações à concentração que seriam de esperar face ao disposto na CRP, considerando apenas que as operações nesse domínio deveriam ser proibidas apenas no caso de serem nocivas (sem qualquer tipo de especificação) ao pluralismo ou no âmbito da lei geral da concorrência. Assim, não acrescentam enquadramento conceptual a estes princípios, reiterando o entendimento expresso na CRP e usando uma terminologia muito

semelhante. A Lei da Imprensa (n.º 2/99, de 13 de Janeiro) afirma, no n.º 2 do artigo 2º, que o direito dos cidadãos a serem informados é garantido, nomeadamente, através “de medidas que impeçam níveis de concentração lesivos do pluralismo da informação”, estabelecendo ainda no artigo 4º que “as decisões da Autoridade da Concorrência relativas a operações de concentração de empresas em que participem entidades referidas no número anterior estão sujeitas a parecer prévio vinculativo da Alta Autoridade para a Comunicação Social [actualmente ERC], o qual deverá ser negativo quando estiver comprovadamente em causa a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião”.

Também a Lei da Rádio (n.º 54/2010) prevê no artigo 4º, numa redacção muito semelhante à da Lei da Imprensa, que “as operações de concentração entre operadores de rádio sujeitas a intervenção da autoridade reguladora da concorrência são submetidas a parecer prévio da ERC, o qual é vinculativo quando fundamentado na existência de risco para a livre expressão e confronto das diversas correntes de opinião”. Contudo, das três leis subsectoriais, esta é a única lei que impõe limites objectivos e quantitativos à propriedade: limita a 10% do total nacional o número de licenças radiofónicas de âmbito local que uma pessoa singular ou colectiva pode deter e a 50% do número de serviços de programas para a mesma área de cobertura e para a mesma faixa de frequência, ou no mesmo distrito/município/área metropolitana. De todas as leis subsectoriais, a da televisão é que menos considerações tece sobre a questão do pluralismo e mesmo sobre a propriedade. A lei da Televisão (n.º 8/2011) apenas submete o controlo das operações de concentração à lei geral de concorrência e afirma, na alínea c) do artigo 9º, serem fins da actividade de televisão “promover a cidadania e a participação democrática e respeitar o pluralismo político, social e cultural”.

Uma questão que emerge em todas estas leis tem a ver com a obrigatoriedade da transparência da propriedade, sendo as acções obrigatoriamente nominais, o que se inscreve na salvaguarda dos princípios da diversidade e do pluralismo. “A concretização do princípio da transparência é considerada actualmente uma das melhores formas de realizar a defesa do pluralismo, ajudando a impedir as concentrações”, sendo um instrumento legal fundamental (Rabaça, 2002: 420). Contudo, o facto de a propriedade ter de ser conhecida não significa que seja de fácil escrutínio público, já que essa informação não estava disponível aos cidadãos de uma forma acessível, o

que só veio a acontecer quando a ERC passou a publicar esses dados no portal da transparência que criou no seu *site*²⁹.

No entanto, no que diz respeito à proibição da concentração, como estipula a CRP, nada está expresso nas leis. Pelo contrário, a legislação em Portugal, desde a revolução de Abril, tem evoluído no sentido de privilegiar o mercado, numa tendência liberalizadora (Rabaça, 2002), e mesmo a concentração (Silva, 2004 e 2007). Por um lado, apesar de a CRP entender o sector globalmente e ver a concentração como um fenómeno cruzado e multimédia, as leis que foram sendo promulgadas aplicam-se individualmente a cada subsector, permitindo apenas a possibilidade de controlo de concentração a nível monomédia (Rabaça 2002, Silva, 2004). Isto apesar de, nos anos 90, o primeiro governo de António Guterres ter previsto a promulgação de legislação multimédia, ou seja, uma lei que permitisse o controlo da propriedade, mesmo quando se trata de diferentes subsectores da comunicação social – o que, contudo, nunca veio a acontecer. Assim, “revestindo-se de um carácter subsectorial, a legislação do sector tem actuado no sentido de permitir e mesmo favorecer a concentração, não lhe colocando obstáculos objectivos”, e tendo eliminado ao longo das últimas décadas as medidas anti-monopolistas então previstas (Silva, 2004: 79).

Apesar desta indefinição legislativa, existem entendimentos, como o de Arons de Carvalho, que perspectivam nas leis um conceito alargado de pluralismo, não limitando a defesa deste princípio às leis anteriormente analisadas e argumentando que a sua consagração “não depende da sua enunciação nos princípios gerais da legislação, antes atravessa diversos mecanismos” (2011: 132). Resulta assim de dez diferentes factores que são: “a liberdade de fundação de empresas, os direitos dos jornalistas, as regras sobre a concentração da propriedade, as regras sobre a transparência da propriedade, o regime dos incentivos às empresas, os modelos de governação e de financiamento do serviço público de rádio e de televisão, as obrigações de pluralismo interno dos operadores de rádio e de televisão, o direito de resposta e de rectificação, o direito de antena e o papel reservado a uma instância de regulação” (Carvalho, 2011: 134). Parece-nos, contudo, que esta perspectiva sobre a consagração do pluralismo, ainda que vasta no seu espectro, resulta de uma abordagem muito institucional e *top-down* que, privilegiando o lado da oferta das empresas e dos profissionais do sector da comunicação social e do lado do

²⁹ <http://www.erc.pt/pt/transparencia>

Estado, minimiza a questão do acesso e da abertura a alternativas, quase esquecendo os cidadãos nesta equação. Ou seja, é uma perspectiva que privilegia o pluralismo, tal como conceptualizámos, e ignora a natureza da diversidade que propusemos no capítulo anterior.

Uma tentativa de enquadramento legal para o controlo da concentração e defesa do pluralismo só veio a surgir em 2008 com a aprovação por parte do então governo socialista da “Proposta de Lei do Pluralismo e da não Concentração”³⁰. No entanto, esta era uma lei que não visava alterar o actual *status quo* da concentração em Portugal, analisando apenas a questão da defesa do pluralismo numa perspectiva de controlo da propriedade, a partir da medição das quotas de mercado. E, mesmo quando o limite máximo permitido às empresas fosse ultrapassado, o documento previa soluções legais para evitar a alienação de títulos ou quaisquer outras alterações a nível da propriedade já detida. Embora esta proposta não se viesse a consubstanciar em legislação promulgada (foi vetada duas vezes pelo Presidente da República e conseqüentemente abandonada pelo governo), ela foi votada favoravelmente duas vezes pelos deputados da maioria da XVII legislatura, o que justifica a exploração de alguns aspectos da sua composição, assim como as razões do veto presidencial.

O objectivo desta proposta, segundo o n.º 1 do artigo 1.º, seria a promoção do “pluralismo, independência perante o poder político e económico, a divulgação da titularidade e a não concentração nos meios de comunicação social”, competindo à ERC a verificação “do cumprimento das obrigações de pluralismo e independência próprias dos meios de comunicação social do serviço público”, assim como a adopção de procedimentos “com vista à promoção e defesa do pluralismo” (alíneas d) e e) do artigo 1.º). Curiosamente, nenhuma concepção de pluralismo é apresentada. No âmbito desta proposta de lei, é considerada a quota de 50% (de circulação média no caso da imprensa ou de audiências no caso da rádio e televisão) como o limite a partir do qual poderia existir poder de influência e a partir do qual a ERC poderia instaurar um processo de averiguações, se entendesse existirem riscos para o pluralismo ou para a independência perante o poder político e económico. A proposta de lei assumia assim uma perspectiva quantitativa na assunção do pluralismo que pode ser questionável, primeiro por causa da fiabilidade dos números (já que os métodos de medição de audiências em Portugal

³⁰ Disponível para consulta no *site* do Gabinete para os Meios de Comunicação Social em <http://www.gmcs.pt/download.php?download=YTo0OntzOjg6ImlkX3Bhc3RhljtzOjI6IjYzljtzOjExOjIjPzF9maWN0ZWlybWl7czo0OjZMzkiO3M6ND0ibm9tZSI7czo0ODoiUHJvaI9MZWIqO29uY2VudHJhJmNjZWRpbDsmYXRpbGRIO29fQ1MiO3M6ODoiZXh0ZW5zYW8iO3M6MzoicGRmljt9>

não estão consensualmente estabilizados), e depois por relacionar directamente quota de mercado (que tem a ver com a adesão da audiência) com influência social.

Mesmo sendo alvo de um processo de averiguações, a empresa não seria, contudo, obrigada a alterar a sua composição desde que provasse a “existência de expressão e confronto das diversas correntes de opinião” e preenchesse como indicadores de pluralismo e independência: a) diversidade de orientações editoriais dos órgãos de comunicação social por si detidos; b) existência de mecanismos de auto-regulação; c) disponibilização de espaço ou de tempo de programação específica para minorias. É claro que o entendimento de “diversidade de orientações editoriais” fica aqui sem critérios claros de aferição, o que deixa à discricionariedade do regulador suficiente margem de manobra para um espectro alargado de acção, desde uma intervenção minimalista a uma actuação mais forte. Outra medida prevista pela proposta de lei para evitar sanções seria, como vimos, a adopção de mecanismos de auto-regulação como livros de estilo, códigos de conduta ou provedores (de leitores/ telespectadores/ ouvintes). Mas sem uma avaliação efectiva do funcionamento destes mecanismos (não prevista no texto legal), estes procedimentos seriam apenas uma formalidade. E a existência de programas para minorias, outro dos procedimentos que as empresas poderiam adoptar para demonstrar a inexistência de perigos para o pluralismo, não significa também que esse programa (não especificado se de informação ou entretenimento) tivesse em atenção a sensibilidade dessa minoria, já que não se perspectivava a abordagem a adoptar.

Assim, esta proposta de lei deixava de fora muita da reflexão que é feita a nível académico sobre a conceptualização destes princípios do pluralismo e diversidade. Em primeiro lugar, partia de uma assunção clara da ligação directa entre concentração da propriedade e ameaças ao pluralismo que não está ainda estabelecida pelos diversos estudos que têm sido realizados sobre esta matéria, onde encontramos, por exemplo, o já citado estudo do Conselho da Europa (Conselho da Europa, 2006). Por outro lado, aferia o risco para o pluralismo apenas no que respeita à questão das quotas, quando uma compreensão lata do conceito alerta para a necessidade de olhar para outras realidades – como os conteúdos, os géneros e a produção, mas também investimentos publicitários e dependência de fontes de informação externas (como as agências noticiosas). Finalmente, os critérios estabelecidos pela legislação para aferir o pluralismo passam por duas dimensões (geografia e características dos produtos), avaliadas a

dois níveis: o do acesso (a redes de distribuição, de fontes de financiamento e de mercado profissional) e da diversidade (no sentido da mera diferença: de propriedade e de orientações editoriais). Ou seja, falta aqui uma ponderação face às características da sociedade portuguesa, em termos de política, classe, género, etnia, nacionalidade, religião, cultura, etc.

Como foi já referido, o Presidente da República vetou esta proposta de lei duas vezes, dando assim eco aos protestos dos grandes grupos de comunicação portugueses, os mais veementes na oposição à aprovação da nova legislação. Em nenhum caso, afirmou Cavaco Silva, porque discordasse da necessidade de defender o pluralismo e as liberdades de imprensa e de informação, mas porque considerou não haver nenhuma emergência em actuar legislativamente nessa matéria em Portugal. Ou seja, a lei seria inoportuna e até desnecessária. O primeiro veto aconteceu a 2 de Março de 2009³¹ e lembrava, logo de início, a iniciativa da Comissão Europeia relativamente ao lançamento do estudo sobre os indicadores de pluralismo já mencionado no capítulo 2. Considerando que, dessa iniciativa europeia, seriam de esperar disposições comunitárias (o que, já sabemos, não veio a acontecer, assim como não chegou a ser aplicado o estudo de monitorização), era inoportuno lançar uma lei que poderia ter de ser revista depois. Cavaco Silva levantou ainda a questão da fiabilidade de alguns meios de aferição actualmente utilizados (como já acima foi referido) e o facto de a sua utilização estar dependente da sua aceitabilidade no meio – o que poderia tornar a questão da aferição de quotas numa discussão inacabada.

O Presidente da República questionou ainda a ligação entre a audiência e a influência, afirmando que “se é certo que a uma maior audiência corresponderá, em abstracto, uma maior «influência», não é menos certo que desta forma pode acabar por se sancionar aqueles que, pelo seu mérito e pela qualidade da sua oferta, conseguem captar maiores audiências”, subscrevendo desta forma algumas das críticas apontadas pelos empresários da área a propósito da proposta de lei. Outras objecções presidenciais diziam respeito ao carácter genérico das disposições legais que poderia permitir um poder discricionário à entidade reguladora: “Acresce que as possibilidades de defesa concedidas às empresas visadas assentam igualmente em conceitos indeterminados («existência de expressão e confronto das diversas correntes de opinião», «mecanismos de salvaguarda da independência dos jornalistas e directores»,

³¹ <http://www.presidencia.pt/?idc=10&idi=24646>

«diversidade das orientações editoriais»), o que, no fundo, acabará por conferir à entidade reguladora um poder decisório de contornos difíceis de avaliar e até de escrutinar publicamente”.

Depois de remetida ao Parlamento pelo Presidente da República, a lei foi novamente aprovada pelos deputados da maioria socialista sem alterações de fundo. O que levou Cavaco Silva a vetar de novo o diploma, a 20 de Maio de 2009, considerando que não fora feito um “esforço adicional” para que fosse obtido “um consenso interpartidário e plural”³². Ainda que, se quisesse, o governo pudesse ter aprovado a lei, esta foi abandonada com a justificação de que se aproximava o fim da legislatura em curso, mas que a questão regressaria ao programa eleitoral do partido socialista. Contudo, na legislatura seguinte, com o partido socialista novamente no governo, o tema não voltou a ser debatido.

Assim, a defesa do pluralismo e da diversidade continua a ser assegurada na base de considerações de carácter indeterminado, privilegiando a liberdade de acção dos actores em detrimento de uma salvaguarda clara e definida do interesse público. Mesmo quando essas considerações são transpostas para enquadramentos de acção mais objectivos, a norma continua a ser disposições regulamentares pouco consubstanciadas. É o que acontece, por exemplo, com o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (2008). O pluralismo (expressão adoptada pelo legislador, mas de uma forma que não o separa conceptualmente da diversidade) é uma obrigação do serviço público e a forma como o operador deve conceber esta realidade está plasmada no contrato de concessão do serviço público de televisão, nomeadamente na referência à diversidade nos domínios tradicionais como são o político, o social, o cultural e o religioso, as matérias das minorias e da distribuição geográfica do país.

Contudo, voltam a encontrar-se nesse documento “formulações genéricas e pouco substanciadas em aprofundamentos conceptuais do que é diversidade e pluralismo, o que pode dar origem a ambiguidades na análise sobre o efectivo cumprimento dos requisitos legais” (Silva e Sousa, 2011: 242). Este facto pode traduzir-se numa oportunidade, no sentido em que não fecha horizontes à actuação do operador e não limita as possibilidades futuras potenciadas pela inovação, nomeadamente a nível tecnológico, mas apresenta a grande desvantagem de impor apenas um patamar mínimo, comprometendo-o pouco no seu cumprimento. De facto, o limiar

³² <http://www.presidencia.pt/?idc=10&idi=27902>

estabelecido é pouco exigente e facilmente atingível sem grande investimento na questão. A prioridade do documento é dada à dimensão política, na perspectiva da representatividade, “num claro sinal de desvalorização das variadas componentes da diversidade, as matérias sociais, culturais, religiosas e das minorias [que] são relegadas para um segundo serviço que, sabemos, tem muito menor audiência e investimento” (Silva e Sousa, 2011: 243).

A defesa do pluralismo está assim plasmada na arquitectura legal portuguesa em dois eixos: primeiro, o da sua defesa como garante do bom funcionamento do sector da comunicação social em Portugal e da própria democracia, numa obrigação que se aplica a todos os operadores (privados e públicos); segundo, o da sua pouca objectivação, em termos de critérios, indicadores, patamares, o que torna qualquer exercício de aferição uma tarefa árdua. Finalmente, é preciso não esquecer que o pluralismo, tal como entendimento pela lei portuguesa, é uma obrigação não só das empresas, mas também dos profissionais da comunicação, nomeadamente para os jornalistas, cujo estatuto estabelece na alínea e) do artigo 14º que faz parte dos seus deveres “procurar a diversificação das suas fontes de informação e ouvir as partes com interesses atendíveis nos casos de que se ocupem”.

3.2. A entidade reguladora: competências e acção

A aferição da expressão do pluralismo e da diversidade é, de acordo com os textos legais, competência da entidade reguladora do sector. O órgão regulador deste sector até 2006, a Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), referiu frequentemente a falta de competências que tinha em matéria de concentração e nomeadamente na defesa do pluralismo, lamentando a «fraca expressão ou mesmo inexistência de normas reguladoras da concentração horizontal, vertical e multimédia, de órgãos de comunicação social» (Silva, 2008a). A nova legislação que criou em 2005 a nova Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) atribuiu-lhe competências específicas em matéria de controlo da concentração e protecção do pluralismo no artigo 8º dos seus estatutos (Lei n.º53/2005): “Velar pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem actividades de comunicação social, com vista à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, sem prejuízo das competências expressamente atribuídas por lei à Autoridade da Concorrência”.

A formulação legal que consubstancia essa competência nos estatutos da ERC continuava, contudo, a colocar problemas de objectivação (Silva, 2007), faltando assim um quadro específico de modalidades de acção. Por exemplo, a lei abre a possibilidade de a ERC tomar medidas para salvaguardar o pluralismo e a diversidade, mas não esclarece a sua natureza: disciplinares, sancionatórias, pecuniárias? Por outro lado, voltamos a ver ancorada na salvaguarda do pluralismo a questão da concentração da propriedade dos meios de comunicação social, nomeadamente em termos de definição de mercados relevantes, o que supõe uma confusão entre planos diferentes: o plano político e cultural (do pluralismo e da diversidade) e o plano económico (Silva, 2008b).

Apesar destas limitações legais, o primeiro mandato do Conselho Regulador da ERC abordou de forma regular as questões do pluralismo e da diversidade, sobretudo ao nível do conteúdo. Ao nível da propriedade, regista-se como intervenção relevante o impedimento da compra do grupo Media Capital (detido pelos espanhóis da Prisa) pela Ongoing. A entidade reguladora justificou o seu veto ao negócio pelo facto de a Ongoing deter uma participação de quase 20% no grupo Impresa, o que poderia constituir uma concentração lesiva para o pluralismo, nomeadamente em questões de emissões televisivas de sinal aberto³³. Esta foi a primeira vez que um negócio de dimensão relativa à propriedade dos meios de comunicação social foi impedido em Portugal e releva uma alteração significativa ao que tinha sido, até então, a relação entre a regulação e o mercado mediático.

Mas, no que diz respeito à salvaguarda do pluralismo e da diversidade, a intervenção de maior relevo da ERC será ao nível do serviço público de televisão, que a entidade se propôs monitorar de forma sistemática. Em 2007, apresentou o estudo relativo à “Avaliação do Pluralismo Político-Partidário na Televisão Pública” (ERC, 2007a), onde expôs um modelo de monitorização da informação. O documento refere que o conceito de pluralismo subjacente à proposta de avaliação do principal canal público português envolve a diversidade de correntes de expressão sócio-culturais e políticas, estendendo-se a outros protagonistas e temáticas, tais como autarcas e autarquias, sindicalistas e temas laborais ou associações de natureza vária. O objectivo deste estudo é medir o número e natureza das peças emitidas pela RTP tendo como protagonistas o governo e os partidos políticos, verificando se existe tratamento jornalístico equitativo e plural

³³ <http://www1.ionline.pt/conteudo/41941-erc-ongoing-obrigada-vender-posicao-na-impresa>

daquelas entidades nos espaços informativos do serviço público de televisão. Os protagonistas que são envolvidos na avaliação dizem respeito ao Presidente da República, ao governo, aos partidos com assento parlamentar, a outras formações políticas não representadas e, eventualmente, membros do Parlamento em situação de não-alinhamento.

É claro que esta opção de avaliação gera algumas dúvidas (e até algumas críticas como veremos na secção seguinte). Ao optar por esta categorização, a ERC deixou de fora cidadãos com posições políticas igualmente válidas mas que, por falta de organização ou estrutura (ou mesmo afastamento voluntário dos partidos), não são considerados. Convém ainda não esquecer que a taxa de abstenção em Portugal é relativamente elevada, o que poderá significar que uma parte significativa da população não se revê na actual estrutura partidária da vida política portuguesa. Esta pluralidade de posições não encontra grande espaço na avaliação da ERC, o que poderá escamotear o real estado de tensão e de forças da sociedade que um panorama mediático plural deve dar conta. Uma abordagem apenas quantitativa da informação, em função da expressão eleitoral dos partidos, deixa de lado a necessária perspectiva qualitativa que permite dar conta da expressão mais disseminada do pluralismo e da diversidade. Por outro lado, a avaliação do pluralismo político-partidário efectuada pela ERC não aborda as questões da actualidade internacional e apenas contabiliza presenças de protagonistas políticos. Isto significa que deixa de fora da análise a avaliação da natureza da intervenção – factores essenciais para determinar o cumprimento, de facto, de uma abordagem pluralista.

Depois desta primeira apresentação, a ERC foi incorporando no modelo algumas críticas públicas que lhe foram sendo feitas, passando a incluir também uma maior componente qualitativa na análise. Na última apreciação deste esforço (ERC, 2010), a entidade assinalava que “transcorridos quatro anos sobre o desenho e posterior execução”, considerando que o debate suscitado foi “rico e útil, porque permitiu ir aperfeiçoando este instrumento de conhecimento do serviço público de televisão, que hoje liberta a actividade regulatória da inspiração meramente casuística ou opinativa”. De facto, foi por haver reclamações dos partidos relativamente à intervenção (ou falta dela) num ou noutro programa televisivo que a entidade resolveu preparar um modelo para “dar resposta consistente e fundamentada a queixas oriundas de partidos políticos sobre alegadas quebras do pluralismo no tratamento das actividades partidárias e governamentais, queixas essas que haviam duplicado entre 2006 e

2007” e que, com a aplicação do plano de avaliação, “diminuíram drasticamente em 2008” (ERC, 2010) .

O último relatório assinalava uma evolução positiva de 2007 a 2010 no que diz respeito à presença de protagonistas políticos, nomeadamente no equilíbrio obtido em 2010 entre a presença do governo e a da oposição parlamentar na informação diária dos serviços de programas RTP1, RTP2, RTPN. Manteve-se, contudo, no que diz respeito à RTP Açores, o desequilíbrio verificado nos anos anteriores, que se traduziu numa maior presença do governo regional, com valores consideravelmente superiores aos da oposição parlamentar. A RTP Madeira apresentou em 2010 equilíbrio na presença do governo e oposição, ainda que dentro da oposição o PS tenha continuado sub-representado. Em todos os serviços, persistiu igualmente a fraca, quase inexistente, presença dos partidos sem representação parlamentar.

Para avaliar o pluralismo em outras vertentes, a ERC elabora outro estudo de monitorização que consta dos relatórios anuais de regulação (ver, por exemplo, ERC, 2011c). Ou seja, outros protagonistas como autarcas e autarquias, sindicatos e sindicalistas são objecto de análise na avaliação da diversidade e do pluralismo em sentido mais lato (político, económico, social, geográfico e cultural), e estende-se aos canais generalistas abertos dos operadores privados SIC e TVI. A equipa da entidade reguladora efectua uma observação das grelhas de programação a partir da aplicação de dois conceitos operativos nucleares para a análise de conteúdos televisivos – as noções de géneros televisivos e funções prosseguidas na programação televisiva. Numa conceptualização diferente da referida no ponto 2.3. do capítulo 2, o regulador entende que a diversidade da composição da oferta de conteúdos televisivos constitui uma das dimensões de pluralismo – conceito entendido aqui em sentido lato, enquanto representação de um vasto leque de valores, opiniões, informações e interesses sociais, políticos e culturais.

Nesses relatórios, que seguem uma perspectiva de avaliação predominantemente quantitativa, a ERC tem vindo a assinalar problemas no que diz respeito ao pluralismo social (nomeadamente, na presença de minorias ou pessoas portadoras de deficiência), geográfico (com clara predominância da Grande Lisboa nos serviços noticiosos) e religioso. O relatório assinala que cada canal tende a basear a sua grelha na exibição de dois ou três géneros centrais, com diferentes combinações de informativos, ficção, infantis/juvenis e entretenimento, salientando

ainda o facto de a RTP1 e a RTP2 apresentarem um maior número de géneros televisivos em horário nobre.

Este esforço de monitorização da ERC surge depois de mais de 30 anos de democracia em Portugal sem estudos regulares e sistemáticos sobre o pluralismo nos *media*. Apesar da sua vertente eminentemente quantitativa e de se focarem na televisão (em detrimento da rádio e da imprensa), os relatórios não deixam de ser um contributo importante para a caracterização da expressão do pluralismo em Portugal. No entanto, a perspectiva política adoptada na análise segue o espectro político partidário, esquecendo uma série de outras formas de participação menos institucionais ou formais, mas que envolvem também cidadãos empenhados no debate político – sobretudo numa altura, por exemplo, em que uma série de movimentos cívicos (como, por exemplo, os designados “Indignados”) que envolvem centenas de pessoas à margem dos partidos tomam conta do espaço público em manifestações e protestos.

Outra área de análise importante da actuação da ERC, no que diz respeito ao pluralismo e diversidade, tem a ver com o seu papel mediador entre *media* e actores da vida política, social ou cultural. Em iniciativas próprias ou por participação /queixa desses actores, o primeiro Conselho Regulador da ERC (que terminou o seu mandato em Novembro de 2011) produziu deliberações no que diz respeito a situações e casos pontuais. O quadro seguinte (quadro 3.1.) mostra alguns dados sobre as deliberações desde o início do mandato (em 2006) até ao seu término. A informação sobre o primeiro ano de actividade foi seleccionada a partir de todas as deliberações disponíveis na página online da entidade que tivessem a ver directamente com questões de pluralismo e os dados sobre os restantes anos correspondem aos que a própria ERC passou a considerar como integrantes da pasta “Pluralismo” que criou no seu *site*. O objectivo é perceber como e em que circunstâncias a ERC actua no domínio do pluralismo e da diversidade (para além dos relatórios acima referidos) e que sectores da sociedade civil intervêm nesse campo, assim como os meios que surgem mais referenciados nessa documentação disponibilizada pela entidade.

Quadro 3.1 – Deliberações do primeiro mandato da ERC relativas ao pluralismo

Ano	Total de Deliberações	Origem em queixa	Envolvimento de partidos/ candidatos/ membros eleitos	Meios envolvidos	Âmbito local
2006	3	3	3	TV (3)	0
2007	14	12	13	TV (9)	2
2008	3	3	2	TV (1)	2
2009	10	9	9	TV (6)	5 ³⁴
2010	13	11	11	TV (5)	7
2011	14	13	11	TV (3)	8

Como podemos perceber pela análise do quadro, a actuação da ERC caracteriza-se sobretudo pela resposta a queixas e participações (90% das deliberações), sendo poucas as iniciativas que toma. Das seis vezes que foi pró-activa neste campo, uma foi para apresentar o estudo do pluralismo político-partidário no serviço público, outra a propósito de um ofício enviado pela Autoridade da Concorrência sobre os subsídios dados pela Região Autónoma da Madeira a um jornal da Madeira e quatro abordaram actos eleitorais. As queixas que motivaram a actuação da ERC são sobretudo originárias de partidos políticos, membros eleitos e candidatos (96%), o que demonstra que, nesse campo, a ERC parece estar, face à falta de participação de outras entidades ou cidadãos, refém dos directórios partidários – já que sendo uma instituição que tem de gerir recursos limitados, as solicitações externas vindas dos partidos acabam por absorver a disponibilidade da ERC nesta matéria, parecendo assim inibir uma intervenção com outra natureza. Ou seja, quer a nível das monitorizações regulares, quer das intervenções casuísticas, a prioridade é dada à política, na sua vertente mais institucional e formal.

Poderemos classificar esta situação como uma espécie de instrumentalização da ERC por parte dos partidos políticos, também visível no aumento de queixas contra *media* de carácter local. Esse agravamento está intimamente relacionado com o número de queixas de eleitos das oposições camarárias relativamente à sua presença nos boletins municipais: três queixas em 2009, duas no ano seguinte e quatro em 2011. Ou seja, a ERC aparece aqui também como que

³⁴ Uma das queixas de carácter local está também incluída na célula respeitante ao meio envolvido (TV) e diz respeito a uma queixa de um assessor do Governo Regional da Madeira contra a RTP-Madeira.

capturada (na sua disponibilidade temporal e de recursos) pelo sistema político-partidário institucional. Ainda no que diz respeito a estas deliberações, a inexistência de questões que tenham sido levantadas a nível do pluralismo cultural, social ou religioso é a regra (a excepção é uma participação apresentada por um sindicato).

A única questão que a ERC teve de analisar sem dizer directamente respeito à esfera político-institucional teve a ver com a avaliação de uma petição pelo pluralismo de opinião no debate político-económico, enviada à entidade em Outubro de 2010, subscrita por cidadãos preocupados “com os termos em que tem sido realizada a discussão mediática das opções económicas do país” (ERC, 2011a: 2). A ERC procedeu ao mapeamento dos espaços de opinião nos serviços de televisão, já que a petição afirmava a “existência de um discurso tendencialmente monolítico e redundante no comentário político-económico, tanto em espaços noticiosos como em programas específicos de análise económica; situação que se revela particularmente expressiva nos canais televisivos” (ERC, 2011a: 17). A entidade considerou que a queixa era demasiado genérica nas suas considerações e que tornava “particularmente complexo definir um quadro de referência conceptual para informar a análise” (ERC, 2011a: 21). Efectuou uma análise de natureza descritiva segundo a qual “a diversidade da proveniência dos actores sociais presentes no comentário económico pode ser apurada através desse recenseamento, mas o apuramento do substrato ideológico subjacente às posições assumidas por estes comentadores não pode ser concluído através de uma análise da natureza da que aqui é expandida” (ERC, 2011a: 15). Considerou, contudo, que essa diversidade poderia indicar uma diversidade de pontos de vista. Mas, de facto, não houve análise qualitativa para aferir a diversidade de pontos de vista nesses espaços de opinião.

Estas deliberações da ERC relativas ao pluralismo revelam no alcance nacional, tal como tinham demonstrado os relatórios do pluralismo político-partidário e os relatórios anuais de regulação, uma quase exclusividade do domínio televisivo. De facto, existe pouca análise da imprensa nacional e da rádio. Existem três deliberações que dizem respeito à rádio, uma única com projecção nacional, a TSF, a propósito de um fórum que envolveu o então primeiro-ministro, José Sócrates. Relativamente à imprensa nacional, encontramos apenas uma queixa contra um jornal de expressão nacional (os outros são locais ou boletins municipais), que entretanto deixou de ser publicado, o 24 Horas. Os relatórios da regulação (ver, por exemplo, ERC, 2011c) não fazem

referência ao pluralismo na imprensa e esta apenas entra numa avaliação mais geral por parte da ERC em dois documentos: um publicado em Abril de 2010 relativamente à cobertura jornalística das eleições legislativas de 2009 (ERC, 2010); o segundo relativo à cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2011 (ERC, 2011b). Ou seja, apenas há uma análise da imprensa em momentos muito particulares da vida pública portuguesa (e de novo, apenas em termos de actos da vida política e institucional), não na sua actividade diária. E quanto à rádio, o panorama é ainda mais deficitário.

No que diz respeito às novas plataformas digitais, a ERC não se tem pronunciado de forma oficial – embora alguns membros do Conselho Regulador tenham tomado posições pessoais sobre o assunto, como veremos no capítulo sete. O facto é que, ao determinar como âmbito de aplicação da regulação “as pessoas singulares ou colectivas que disponibilizem regularmente ao público, através de redes de comunicações electrónicas, conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente” (artigo 6º da Lei 53/2005), a lei exclui as novas redes sociais, entre as quais a blogosfera. Assim, em situação de conflitos nessa plataforma (como casos de difamação), é a lei geral que deve dirimir estas questões – como tem acontecido já (ver capítulo 1).

3.3. O debate em Portugal

As preocupações com o pluralismo e a diversidade no seio da comunicação social acompanharam o processo de implantação da democracia em Portugal, surgindo estreitamente ligadas aos princípios base da liberdade de expressão e direito à informação. Esta ligação está mesmo na base da escolha da palavra “pluralismo”, em detrimento de “pluralidades”, para o texto da lei fundamental portuguesa. De acordo com Barbosa de Melo, que participou na Assembleia Constituinte (que vigorou de 1975 a 1976), “a renhida batalha foi ganha pelos que defenderam a palavra «pluralismo» - e eram os democratas; e foi perdida pelos defensores da palavra «pluralidade» - e eram os antidemocratas”, assumindo que “o pluralismo só tem sentido se for pensado em liberdade e para a liberdade do homem e do cidadão” (AACS, 1993: 28-29).

As matérias relacionadas com o pluralismo e com a diversidade sempre acompanharam o crescimento do sector da comunicação social em Portugal. A ponto de, dois anos depois de ter

tomado posse, em 1992, Alta Autoridade para Comunicação Social ter promovido um colóquio internacional para debater as questões do pluralismo nos *media* – mas sobretudo numa perspectiva de pluralismo interno aos próprios meios. Aproximava-se o início das emissões da primeira televisão privada, sendo que a rádio e a imprensa, acompanhadas do serviço público de televisão, eram na altura um sector essencial muito focado pelas preocupações da AACS. Já então (como aconteceu depois com a sua sucessora, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social), queixas de actores da sociedade civil e problemas com os critérios de avaliação do pluralismo levaram o órgão regulador a tentar dar um enquadramento ao tema.

Para dar conta da importância do assunto, basta recordar o número de deliberações que a AACS emitiu a propósito dos princípios da «isenção/rigor/pluralismo»: cinco em 1990, 31 em 1991 e 54 em 1992 (AACS, 1995). O presidente da AACS, Pedro Figueiredo Marçal, afirmou, na abertura do colóquio internacional, a pertinência dessa iniciativa face às queixas recebidas, ainda que lamentando, de algum modo, o facto de a entidade não ter nessa matéria poderes vinculativos. Afirmava o responsável que “cedo nos apercebemos dos embaraços que a questão do pluralismo muitas vezes suscita” (AACS, 1993: 22). Embaraços esses que tinham muito a ver com a “carga de luta político-partidária normalmente subjacente às queixas” e com a “ausência de critérios e regras minimamente objectivas” para avaliar a questão em Portugal (AACS, 1993: 34).

Apesar destas preocupações e de as queixas terem continuado a surgir junto do órgão regulador, não foi criado em Portugal um quadro de avaliação do pluralismo. Uma situação a que não deve ser alheio o facto de a actuação do regulador sempre ter sido limitada, devido a uma legitimidade altamente condicionada pela sua dependência face ao poder político (Santo, 2005). Contudo, o tema não deixou de estar na agenda pública da entidade, sobretudo com alguns episódios marcantes no final da sua existência, nomeadamente, a compra da Lusomundo pela Portugal Telecom (em 2000) e posterior alienação do grupo à Controlinveste (em 2005), o caso do programa da RTP “As escolhas de Marcelo” e a possibilidade de ingerência do poder político no fim da participação de Marcelo Rebelo de Sousa na TVI.

De uma maneira geral, a questão do pluralismo esteve sempre muito ligada às matérias da concentração da propriedade dos meios de comunicação social. Por exemplo, a AACS aproveitou a compra da Lusomundo pela Portugal Telecom, em 2000, para deixar claro que não tinha

competências suficientes em matérias de concentração, muito menos se ela se revestisse de carácter multisectorial: “Os mecanismos legais referentes à concentração empresarial, nomeadamente os que possam determinar os seus razoáveis limites, são insuficientes para responder aos novos desafios da concentração multimédia, bem como às exigências de um Estado democrático em matéria de pluralismo e confronto de opiniões” (AACS, 2001). Considerando que a operação constituía um desenvolvimento típico do actual período de convergência multimédia que se vive em todo o mundo, a AACS notava que “foi a Portugal Telecom que absorveu a Lusomundo, isto é, foi o suporte que comprou os conteúdos”, uma visão que poderia parecer simplista, “mas corresponde à irrecusável natureza das coisas”: A empresa de telecomunicações assim reforçada poderia mesmo, no panorama global, “constituir realmente uma mais valia para o país na cena multimédia internacional, em termos que favoreçam a indústria portuguesa de programas e a circulação extra-fronteiras dos seus produtos” (AACS, 2001).

Não se opondo formalmente ao negócio (até por considerar que não tinha competências para tal), o parecer da entidade (que teve quatro votos contra) dava conta de que a AACS se iria manter atenta aos desenvolvimentos da operação, considerando ainda que os mecanismos legais já existentes de protecção da liberdade de informação e dos direitos dos jornalistas poderiam salvaguardar prejuízos para o pluralismo eventualmente decorrentes da operação – nomeadamente pelo facto de o Estado ainda deter uma *golden share* na Portugal Telecom e, portanto, existir o perigo de falta de independência dos órgãos de comunicação social do grupo face ao poder político.

De novo, a questão da concentração esteve no cerne da atenção da AACS quando a Portugal Telecom, cinco anos depois, vendeu os activos da Lusomundo (com excepção dos cinemas) ao grupo Controlinveste (que detinha o canal televisivo por subscrição Sport TV, os direitos de transmissão televisiva dos jogos de futebol e o jornal O Jogo). A entidade deu um parecer (não vinculativo) de não oposição à Autoridade da Concorrência (AdC) considerando que a adquirente prometeu respeitar “a completa independência editorial de todos os órgãos de comunicação social que compõem o Grupo Lusomundo Serviços, defendendo a manutenção da respectiva linha editorial no respeito pela diversidade e pluralidade de opiniões” (AACS, 2005), mas propôs à AdC que a Controlinveste fosse obrigada a alienar o jornal O Jogo – o que não veio a

acontecer. A AACS voltou, nesse momento, a sublinhar “a vantagem do estabelecimento de um quadro legal que clarifique e regule as questões da concorrência no sector dos *media* e especificamente precise as áreas de competências dos órgãos reguladores da concorrência e da comunicação social” (AACS, 2005). Esse enquadramento só veio a tomar forma mais tarde, na criação do novo órgão regulador dos *media*, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

O poder dos grandes grupos económicos de comunicação social, assim as suas relações com o poder político, esteve ainda sob a análise da AACS a propósito do fim da colaboração de Marcelo Rebelo de Sousa no espaço de comentário político na TVI – que esteve no centro das atenções em Outubro de 2004 depois de o ministro dos Assuntos Parlamentares, Rui Gomes da Silva, ter denunciado uma alegada falta de pluralismo e de contraditório nesse canal. Logo a seguir dessas declarações do governante, o comentador, no final de uma reunião com a administração da Media Capital (detentora da TVI), anunciou a sua saída, saltando para a praça pública a ideia de uma intervenção governamental nos *media*, nesse caso num grupo privado. A AACS pronunciou-se pela existência de um condicionamento do comentador, assim como afirmou, também em 2004, relativamente ao processo de substituição do director do Diário de Notícias (ainda quando fazia parte do universo da Portugal Telecom) sobre a necessidade de garantir a independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político (Silva, 2008a).

Marcelo Rebelo de Sousa faz ainda parte da história da AACS, no domínio do pluralismo, pela intervenção deste organismo em Maio de 2005 relativamente ao seu programa de comentário político na RTP1, “As escolhas de Marcelo”, questionado por uma cidadã (Gisela Rocha Martins) por ser o único do género no espaço de serviço público. A AACS deu providência à queixa, considerando que o facto de ser “o único comentador com um programa exclusivo na RTP, constitui uma violação por parte desta dos seus deveres legais de pluralismo e de abertura às diversas correntes de opinião” e instou o servidor público a procurar alternativas. Logo de seguida, a RTP decidiu diversificar o seu painel e incluiu um novo espaço de comentário político semanal, com António Vitorino.

O tema do pluralismo, estreitamente ligado ao da concentração da propriedade, esteve assim no centro das atenções do palco mediático nesses dois anos, depois de em 2003, ainda que de forma menos significativa, ter estado presente no debate público. A primeira contribuição veio do então Presidente da República, Jorge Sampaio, na sua afirmação de que o país está perante

“questões muito sérias e delicadas que afectarão a capacidade de gerar alternativas” (Público, 19 de Setembro de 2003)³⁵. Também o Bloco de Esquerda, nesse mesmo ano, avançou com uma proposta de lei que pretendia impedir a participação de uma entidade privada em mais do que um canal de difusão por meios hertzianos, impedir abusos de posição dominante na distribuição da TV Cabo, separando esta da produção de conteúdos, impedir posições dominantes no mercado das rádios e quotas de mercado superior a 30% na imprensa. O projecto foi chumbado no Parlamento pela maioria PSD/PP.

Apesar destes alertas do Presidente da República e do Bloco de Esquerda, a questão da concentração da propriedade dos meios de comunicação social em Portugal, e consequentes implicações no pluralismo e na diversidade, nunca foi alvo de um debate aprofundado no país, como nota Silva (2004 e 2008a). De facto, mesmo nos momentos mais acesos do debate, os relacionados com as eventuais intervenções governamentais em 2004, “a tónica da discussão esteve sempre no processo (nomeadamente pela promiscuidade com o poder político) e não no fenómeno” (Silva, 2008a: 176). Mais tarde, em 2008, ao tentar limitar a questão do pluralismo à concentração da propriedade e às quotas de mercado, o governo socialista não acrescentou a este processo contribuições sobre a natureza qualitativa do pluralismo e da diversidade, nem permitiu que fossem definidos pontos de equilíbrio entre a vertente económica e a vertente cultural e social, pretendendo que fosse o mercado a definir os limites para a propriedade.

A interferência do poder político na esfera dos *media*, que tem consequências óbvias em termos do pluralismo e do fechamento de alternativas ao espaço público, esteve ainda em discussão em Portugal com as alegadas tentativas de manipulação dos *media* por parte do primeiro-ministro José Sócrates e do afastamento da pivô da TVI (canal televisivo da Media Capital, detido pelo grupo espanhol Prisa), Manuela Moura Guedes, que o criticou em público, em Setembro de 2009 (TVI24, 22/04/2009)³⁶. A propósito deste assunto, a ERC (que não enquadra, contudo, a deliberação no âmbito do pluralismo) dá como provado que, na decisão de suspender o Jornal Nacional de Sexta, a direcção da TVI foi significativamente influenciada pelos Administradores da Media Capital, especialmente os que aí representavam o grupo Prisa, influência que aconteceu “na expectativa da regularização das relações entre o operador e o governo”. Outros episódios

³⁵ <http://www.publico.pt/Media/sampaio-diz-que-concentracao-dos-media-afecta-alternancia-politica-1166953>

³⁶ <http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/tvi-processo-difamacao-manuela-moura-guedes-socrates-tvi24/1058881-4071.html>

revelados pela comunicação social davam conta de uma alegada tentativa do governo de dominar vários meios de comunicação social, usando a PT para comprar participações e interferir depois editorialmente (ionline, 12/02/2010³⁷; DN, 10/02/2010³⁸) – desmentida pelo governo, que não conseguiu, contudo, dissipar as dúvidas.

Em paralelo, decorreu outro debate no espaço público português que envolveu a ERC e o seu estudo de monitorização de pluralismo político-partidário no serviço público de televisão (ERC, 2007). Quando anunciado, o projecto mereceu críticas de vários quadrantes da sociedade, em particular da academia (como Manuel Pinto, da Universidade do Minho³⁹, ou de Francisco Rui Cádima⁴⁰, da Universidade Nova de Lisboa) de jornalistas (Nicolau Santos⁴¹, José Manuel Fernandes⁴²) de comentadores (como Pedro Lomba⁴³ ou Eduardo Cintra Torres⁴⁴) e de alguns representantes políticos. Manuel Maria Carrilho (DN, 12/04/2008)⁴⁵, do Partido Socialista, criticou, por exemplo, a opção exclusiva pelo serviço público, como que desresponsabilizando os operadores privados, e a redução da “ampla expressão da diversidade (seja no plano ideológico, social ou cultural) à actividade partidária!”.

Uma tónica comum às críticas incidia no aspecto quantitativo e proporcional da avaliação, assim como a exclusão de outras realidades políticas e sociais da análise. Mais tarde, o director da Informação da SIC, Alcides Vieira (Lusa, 09/02/2011)⁴⁶, considerou que os critérios de avaliação propostos pela ERC originavam um conflito com a actividade jornalística, numa contestação também seguida pelo director da RTP José Alberto Carvalho. Interessante será ainda notar que grande parte do debate que surgiu sobre o projecto de monitorização do pluralismo no serviço público ocorreu na blogosfera mais ligada ao mundo da comunicação, envolvendo nomes como Paulo Querido, Manuel Pinto ou Francisco Rui Cádima. De relevar ainda o envolvimento de membros do conselho regulador da ERC, nomeadamente de Estrela Serrano, nesse mesmo debate na blogosfera, cujo esclarecimento foi enviado ao autor do blogue Jornalismo e

³⁷ <http://www1.ionline.pt/conteudo/46524-governo-nega-plano-controlar-comunicacao-social>

³⁸ http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=1491321

³⁹ http://www.jn.pt/paginainicial/interior.aspx?content_id=670739

⁴⁰ <http://irrealtv.blogspot.com/2008/04/violao-do-dever-de-pluralismo-da-rtp.html>

⁴¹ <http://aeiou.expresso.pt/a-erc-e-a-rtp=f282157>

⁴² Público, 2 de Abril de 2008

⁴³ http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=997151

⁴⁴ Público, 5 de Abril de 2008

⁴⁵ http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=997686

⁴⁶ <http://briefing.pt/lusa/10029-criterios-da-erc-sobre-pluralismo-politico-originam-conflito-com-atividade-jornalista.html>

Comunicação e lá publicado⁴⁷. Nele se afirmava o seguinte: “Compreendem-se as reacções vindas a público uma vez que é a primeira vez que em Portugal se utilizam critérios e metodologias testadas no campo universitário das ciências da comunicação e da sociologia da comunicação que enriquecem uma regulação até agora apenas baseada na interpretação casuística dos preceitos legais ou subjectivismo do regulador”.

Apesar da oposição, o projecto, como vimos já na secção 3.2., seguiu em frente, limitando posteriormente a discussão sobre uma eventual avaliação do pluralismo e a diversidade mais ampla, abrangendo diversas facetas. Por outro lado, não houve um debate integrado que abordasse as matérias de pluralismo e de diversidade de forma plural: ou se debatia a concentração, ou estavam em causa intervenções governamentais, ou se falava do modelo de avaliação da ERC. Estivemos, pois, perante um debate fragmentado e ainda assim, de uma forma muito particular, suscitado por assuntos e elementos de natureza da política partidária, institucional e formal.

3.4. Pluralismo ou diversidade?

Analizada a matéria da regulação, em termos de legislação e acção da entidade reguladora, podemos agora tentar perceber o caminho efectuado em Portugal no domínio do pluralismo e da diversidade, face à divergência conceptual que propusemos no capítulo 2. No que diz respeito à noção que perpassa a legislação em Portugal de uma maneira geral, a salvaguarda do que se pretende é “a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião”. Ou seja, a legislação aponta para uma diversidade tal como a consideramos no capítulo 2: que abre caminho à qualidade da diferença, para lá das fronteiras do poder estabelecido. Nada está expresso na lei em termos de proporcionalidade ou representatividade na expressão do que se acordou denominar de pluralismo em Portugal. Esse é o entendimento de alguns constitucionalistas, como vimos na secção 3.1, e o que acabou por prevalecer quando o regulador interveio nesta matéria, optando por uma metodologia que privilegia a representatividade. É esse também o caso do estudo de “Avaliação do pluralismo político-partidário na televisão Pública” (ERC, 2007b), da Entidade Reguladora para a Comunicação

⁴⁷ <http://mediascopio.wordpress.com/2007/05/11/estrela-serrano-esclarece-posicao-da-erc/>

Social, que avaliou a presença quantitativa dos diversos partidos nos espaços noticiosos da RTP, comparando-os proporcionalmente com a sua representação parlamentar. O espírito da diversidade inscrita logo de princípio na lei fundamental, não foi ainda seguido pelo legislador quando, no contrato de concessão do serviço público de radiodifusão, impõe esta dimensão representativa.

Assim, a verdade é que, se com os estudos da ERC fica formalmente cumprido o preceito constitucional de defender o pluralismo (ainda que apenas no plano político-partidário, o que constitui uma abordagem redutora), não fica salvaguardado o acesso às minorias e outras “correntes de opiniões” e acaba por não se cumprir a legislação, nomeadamente a Constituição. Isto porque, o que propõe o texto fundamental da arquitectura legal portuguesa é a expressão da diferença. Por outro lado, num país entendido como uno e homogéneo, olhar apenas para o pluralismo, tal como descrito no capítulo 2 desta dissertação e tal como parece ser o entendimento da ERC, é reproduzir uma visão dominante, dando pouco enquadramento regulador à emergência da diferença e da inovação. Portugal tem-se tornado crescentemente um país também de imigrantes (da ex-colónias africanas, mas também do Brasil e de países do Leste Europeu) e essa diferença em termos da constituição cultural, étnica e religiosa da nova sociedade portuguesa acaba por não ter lugar nessa concepção de pluralismo.

A abordagem conceptual que propomos torna mais fácil perceber a confusão que é feita em termos do que propõe a legislação fundamental em Portugal (que é, segundo a nossa análise, a defesa da diversidade) e o que é feito em termos da entidade reguladora, que, segundo a nossa conceptualização, é avaliação do pluralismo – na sua visão mais estrita de reflexo da sociedade enquanto estruturada por organizações conhecidas, de temporalidade alargada, que visa informar os cidadãos numa perspectiva que ajuda à perpetuação do poder estabelecido. Em termos de regulação, assim, a diversidade não está salvaguardada. Como afirma Cádima (2009: 327), a propósito das deliberações da AACs e da ERC sobre o serviço público de televisão, “há certamente muito que trabalhar nesse sentido (...), inscrevendo no seu modelo de informação [da RTP], demasiado institucional e burocratizado, uma real dimensão de cidadania, francamente mais participada pelas vozes independentes e de elevado mérito da sociedade portuguesa”.

3.5. Conclusões

Tendo em conta o que foi exposto acima, é evidente que a perspectiva legal e acção da entidade reguladora de Portugal não abarca as diversas componentes dos conceitos de pluralismo e diversidade aqui propostos e explorados pela literatura de referência. O quadro legislativo propõe apenas considerações genéricas e, mesmo quando houve uma proposta para objectivar a questão, essa passou essencialmente pela avaliação da propriedade e das quotas de mercado. A actuação principal da ERC reduz a questão ao espectro político-partidário, medido pela expressão eleitoral dos partidos. Assim, matérias como a estrutura de mercado (tais como investimento publicitário), integração vertical ou presença de produtores independentes não são consideradas em nenhuma das perspectivas. Não é, ainda, abordada a dependência face às fontes de informação, como são as agências noticiosas, que contribuirá para a uniformidade das notícias. A avaliação do pluralismo político-partidário efectuada pela ERC não questiona a cobertura da actualidade internacional e contabiliza sobretudo presenças de protagonistas políticos nacionais.

A nível do debate público sobre as matérias de pluralismo e diversidade, não encontramos também uma perspectiva abrangente desses conceitos que afloram o espaço público a propósito de uma ou outra faceta, mas nunca na sua globalidade. Debateu-se a concentração, mas sem perspectivar o pluralismo e a diversidade em múltiplas valências políticas, sociais e culturais. Falou-se de eventuais intromissões governamentais, mas não da presença e da representação de minorias e correntes de opiniões alternativas. Finalmente, discutiu-se ainda a questão do pluralismo interno dos meios (a propósito do estudo da ERC), mas não se relacionou esta questão com a da concentração e da independência dos poderes políticos. A necessidade de exprimir a riqueza da deliberação política sobre as diversas opções de governação do país, por exemplo, nunca esteve reflectida nas opções do debate público sobre o pluralismo e, muito menos, se considerou a diversidade tal como aqui é conceptualizada. As alternativas fora dos programas oficiais dos partidos e dos directórios partidários (ou seja, fora da política formal e institucionalizada) não encontram defesa no espaço público.

Há espaço para uma avaliação mais sistemática das possibilidades de participação dos cidadãos a nível do debate que estrutura o espaço público, mas não encontramos na ERC uma abordagem ao tema. De facto, a preocupação da entidade tem-se centrado nos *media* e em

mecanismos de participação partidária e formal, avaliando os princípios do pluralismo e da diversidade em função da sua expressão nos *media*, nos meios de comunicação. Por isso, importa conhecer as condições de funcionamento dos *media*, da sua “habitação” do espaço público, assim como os desenvolvimentos tecnológicos que poderão ter modificado, em parte, a sua natureza.

4. Os *media* – velhas e novas estruturas

«Conhecemos, claro, numa sociedade como a nossa, os procedimentos de exclusão. O mais evidente, o mais familiar também, é o interdito. Sabemos que não temos o direito de dizer tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa.»

Michel Foucault, A Ordem do Discurso

Compreender a estrutura actual dos meios de comunicação social é essencial num trabalho que visa estudar os princípios do pluralismo e da diversidade. Voltamos à questão da concentração da propriedade dos *media*. Não sendo este o único factor que pode comprometer a expressão de vozes diferentes e alternativas no espaço público, “um monopólio de informação não garante a diversidade, o pluralismo informativo essencial ao bom funcionamento de uma sociedade aberta, o que naturalmente redundaria em prejuízo para o cidadão, interferindo no direito de informar e ser informado, e para o regime democrático” (Vieira, 2007: 45).

A teoria social dos *media* tem reflectido intensivamente sobre as implicações de matérias como posse e estrutura, tendo adoptado como “norma essencial (a) de que os *media* devem ter uma certa independência, suficiente para proteger a expressão pública livre e aberta das ideias e da informação” (McQuail, 2003: 146). É, assim, essencial traçar o quadro dos meios de comunicação social enquanto organizações, e também o seu modo de funcionamento enquanto estrutura empresarial, mas também enquanto meio onde se exerce jornalismo e onde nasce o discurso jornalístico, em função de rotinas produtivas específicas.

A natureza dos *media* tem estado em constante evolução desde o aparecimento das primeiras empresas mediáticas, no século XIX, em função de desenvolvimentos tecnológicos, mas também das suas diferentes apropriações sociais. Dois séculos de história que registam agora uma fronteira entre velhos e novos *media*, com implicações a nível da expressão do pluralismo e da diversidade que importam explorar.

4.1. Os meios de comunicação social enquanto organizações

A ambivalente natureza dos *media*, enquanto instituições com funções democráticas, mas também como indústria sujeita às leis do mercado e da concorrência, tem levantado historicamente tensões sobre o papel que expectavelmente podem cumprir. Negócios maioritariamente privados, os meios de comunicação social pertencem igualmente ao domínio público, o que deriva da sua função política em democracia (como vimos no capítulo 2), “mas também do facto de a informação, a cultura e as ideias serem consideradas propriedade colectiva de todos”, ainda que tenham de “operar, no todo ou em parte, de acordo com os ditames da economia de mercado” (McQuail, 2003: 192).

Na sua maioria, os *media* são uma indústria privada, mas o seu negócio não é equivalente à produção de quaisquer bens transaccionáveis. Lidam com o conceito de “interesse público”, cujas implicações não consensuais envolvem noções de democracia e o bem da sociedade, e com o conceito de “interesse do público” que remete para audiências e para o posicionamento no mercado. Esta dualidade de perspectivas tem estado na base do impulso dos diversos estados para legislar sobre o sector da comunicação social e o desequilíbrio a favor da segunda tem explicado também a tendência, que atravessou as sociedades ocidentais, para adoptar enquadramentos legais favoráveis à privatização e comercialização.

Para Hallin e Mancini (2010:60), a compreensão dos diversos sistemas mediáticos implica um conhecimento dos sistemas políticos, já que os primeiros “são moldados pelo contexto mais vasto da história, estrutura e cultura políticas”. Estes autores, por exemplo, descreveram a existência de três sistemas, comparados na base de quatro dimensões principais: “o desenvolvimento dos mercados de *media*, com especial ênfase no desenvolvimento forte ou fraco de uma imprensa de circulação em massa; o paralelismo político, isto é, o grau e a natureza das ligações entre os *media* e os partidos políticos (...); o desenvolvimento do profissionalismo jornalístico; e o grau e a natureza da intervenção do Estado no sistema dos *media*” (2010: 35).

Desta análise, resulta a caracterização de três modelos: o modelo pluralista polarizado (que se encontra nos países mediterrânicos), o modelo corporativista democrático (próprio de países do Norte da Europa) e o modelo liberal (existente na Grã-Bretanha, EUA, Canadá e Irlanda). No

entanto, ao longo do tempo, as diferenças entre os modelos têm vindo a atenuar-se e “o modelo liberal tornou-se clara e crescentemente dominante através da Europa e na América do Norte – as suas estruturas, práticas e valores substituindo, em elevado grau, os dos outros sistemas de *media*” (Hallin e Mancini, 2010: 259). A homogeneização não é, claro, completa já que algumas contra-tendências limitam a expansão do modelo liberal. No entanto, é um movimento significativo a demonstrar que, globalmente, os sistemas de *media* mostram sinais de aproximação e que as considerações relativas ao pluralismo e à diversidade são transversais e não um problema de uma ou outra região do mundo.

O sistema mediático ocidental – ainda que, como vimos, não lhe possa ser atribuído um modelo único – tem assim vindo a privilegiar uma lógica económica que incorpora muitos princípios do liberalismo, assentes na livre iniciativa e no poder do mercado. A consideração dos *media* enquanto negócio – ainda que muitos advoguem que não é um negócio qualquer – tem implicações profundas na estruturação de todo o mercado: orientadas para o lucro, rentabilidade e livre concorrência, as empresas têm por objectivo maximizar audiências, sem que critérios como qualidade, diversidade ou pluralismo, sejam centrais na organização da sua actividade.

Muitos países mantiveram um modelo misto, combinando serviços públicos de comunicação social, com empresas multimédia e mesmo conglomerados privados que actuam nos diversos sectores: imprensa, rádio, televisão, música, cinema, Internet, etc. No entanto, de uma maneira geral, os *media* evoluíram em organizações, geridas com vista à rentabilidade e à angariação de receitas, mesmo no caso de serem empresas de serviço público (ainda que com diferentes estratégias e modalidades). O financiamento deste sector tem a particularidade de assumir um carácter híbrido: resulta das receitas de publicidade (por via da “venda” de audiências a anunciantes) e também pode provir das vendas directas do produto ao consumidor. A adopção do modelo de financiamento pode ter influências no produto, justificando a percepção generalizada de que “quanto maior for a dependência da publicidade como fonte de receitas, menos independente será o conteúdo face aos interesses dos anunciantes e da empresa em geral” (McQuail, 2003: 197).

Perspectivar os *media*, enquanto instituições ao serviço da democracia, como vimos nos capítulos anteriores, ou enquanto empresas, com objectivos de lucro e rentabilidade, obriga igualmente a mudar a filosofia de entendimento do alvo final desta actividade. Se, no primeiro

caso, falamos de cidadãos – e por conseguinte de direitos fundamentais, como ser informado e capacitação –, no segundo, falamos de consumidores, e da satisfação das suas necessidades. Este diferente entendimento tem implicações naquilo que a sociedade pode esperar dos *media*: se a oferta de matéria de interesse para que os cidadãos se possam pronunciar face ao governo da sociedade; se a oferta de uma variedade de formatos e géneros, entre jornalismo e entretenimento, que visem a sua satisfação e entretenimento.

É por isto que nesta dualidade de perspectivas, o jornalismo – que é apenas uma das “competências” das empresas de *media* – pode enfrentar alguns riscos e ameaças. “A frequente leitura, visionamento e audição de notícias por grande parte do público é central nas filosofias políticas e sociais das democracias liberais, assim como factores que são centrais nos actuais modelos de negócio das organizações noticiosas”, mas a taxa desse consumo está a diminuir significativamente “fazendo deste modo perigar o futuro das organizações noticiosas e a sua capacidade de cumprir as suas funções na sociedade” (Picard, 2010: 11). E a solução pode não ser apenas privilegiar uma das faces da oferta, a do entretenimento ou ‘info-entretenimento’. A diversificação da oferta de conteúdos e as mudanças tecnológicas põem em causa a criação de valor dessa indústria, pelo que a resposta poderá ter de passar pela “oferta de conteúdos mais centrada e empacotada para ir de encontro às necessidades de divergentes consumidores de notícias”, mas também pela ênfase no “provimento de informação que apoie a vida das pessoas, as informe enquanto cidadãos, as ajude a participar na sociedade e as ajude a comprometer-se com a sociedade” (Picard, 2010: 132).

O facto de os *media* estarem constituídos em organizações empresariais com motivações de rentabilidade tem justificado um posicionamento competitivo no mercado. Em teoria, a livre concorrência deveria levar à variedade de ofertas e à racionalização dos custos para benefício dos consumidores. Contudo, muitos académicos e vários críticos apontam “um efeito inverso: o de conduzir ao monopólio, ou pelo menos ao oligopólio (indesejável tanto por razões económicas como sociais)” (McQuail, 2003: 202). Outros, como Mora-Figueroa (2009), assinalam que a estrutura de mercado que melhor caracteriza o sector mediático é o da concorrência monopolística, “em que muitas empresas oferecem produtos diferenciados com barreiras à entrada cada vez menos importantes” (Mora-Figueroa, 2009: 26). Em qualquer dos casos, “as forças de mercado não garantem que os *media* vão servir as suas funções não-económicas

como instituições da esfera pública democrática” e, muitas vezes, a evidência mostra já sinais de erosão na qualidade dos *media* democráticos, “produzindo investimentos diminuídos nas notícias, sensacionalismo e outros problemas éticos” (Hallin, 2008: 55).

Assim, para alguns autores mais críticos, é a actual organização empresarial dos *media* que põe mesmo em causa a sua função social e de garante democrático. McChesney (2000: XV), por exemplo, defende que “alguns problemas actuais surgem das limitações inerentes do jornalismo que é conduzido por empresas orientadas para o lucro e no auto-interesse” o que conduz à trivialização das notícias. Embora os efeitos gerais da propriedade sobre o conteúdo não sejam facilmente provados, “existem poucas dúvidas de que a condição de monopólio é prejudicial à liberdade de expressão e à escolha dos consumidores” (McQuail, 2003: 263). Mesmo que haja discordâncias sobre a estrutura de mercado que melhor caracteriza os *media*, não há dúvidas de que a concentração da propriedade e a constituição de empresas multimidiáticas e multinacionais é um fenómeno muito presente. Rareiam cada vez mais as empresas jornalísticas que se dediquem a um só produto, que apostem num único meio ou num mercado exclusivo (geográfico, temático, etc.) e a norma é a constituição de grandes grupos empresariais.

São várias as razões que explicam a tendência para a concentração e internacionalização da propriedade nas empresas de comunicação social, num processo que se iniciou na década de 80 do século passado (Silva, 2004). O fim dos monopólios estatais no sector audiovisual e consequente abertura de oportunidades a privados, que vinham pressionando os poderes políticos nesse sentido, é uma das causas que levou ao crescimento das empresas de comunicação. Sanchez-Taberner (1993) identifica a autorização de entrada de novos canais comerciais e a privatização de canais públicos de televisão e rádio como o impulso para o investimento e diversificação dos grupos mediáticos

Os desenvolvimentos tecnológicos, nomeadamente o aproveitamento dos satélites para transmissão televisiva assim como o aparecimento do cabo, também apresentaram novas oportunidades de negócios que os privados quiseram aproveitar, sobretudo porque o crescimento das receitas de publicidade permitia investimentos avultados. A concentração providenciava ainda ganhos importantes em termos da rentabilidade das empresas. Por um lado, possibilitava a concretização de sinergias no seio dos grupos, assim como melhorar a eficiência. Por outro lado, a entrada em diferentes sectores dos *media* permitiu diminuir o risco

das diversas actividades, com a perspectiva de uma presença exclusiva a tornar-se crescentemente desinteressante e arriscada (Negrine e Papathanassopoulos, 1991). Como estamos ainda a falar de um negócio com custos de entrada elevados à data, e também no investimento ou lançamento de novos produtos, apenas os grupos estabelecidos podiam continuar a crescer sem grande esforço financeiro – também por fusões, aquisições ou *joint-ventures*. A curva da experiência jogou assim a favor dos actores e grupos estabelecidos.

Para alguns autores mais críticos desta tendência mundial, como McChesney, “de acordo com qualquer teoria de democracia, tal concentração de poder económico, cultural e político em tão poucas mãos é absurdo e inaceitável” (2000: 30). Os maiores conglomerados multinacionais, como a Disney, a Time Warners, a News Corporation ou a Bertelsmann, estão presentes em várias regiões do mundo, dominam um vasto leque de sectores e apresentam volumes de negócios que ultrapassam muitos Produtos Internos Brutos de pequenos países (McChesney, 2000). Nesse sentido, as preocupações destes grupos não se situam na natureza democrática dos *media*. Como explica McQuail (2011: 129), “os *media* verdadeiramente globais não têm obrigações de servir qualquer bem público maior”. Assim, este é um dos principais receios de académicos e investigadores, nomeadamente no que diz respeito, como vimos no capítulo 2, à redução do pluralismo e diversidade.

De facto, as mudanças estruturais e sociais que os *media* experimentaram nas últimas décadas envolveram “uma mudança no equilíbrio de poder entre instituições políticas e o mercado, um domínio aumentado das forças de mercado dentro dos *media* e, até certo ponto, poder aumentado dos próprios *media*, agora firmemente enraizados no mercado, em relação a instituições sociais que antes os controlavam ou influenciavam” (Hallin, 2008: 55). E assim, as preocupações académicas ou os alertas de especialistas não impediram o crescimento e consolidação do fenómeno da concentração da propriedade dos *media*. As empresas de comunicação social, quer de âmbito global (Mora-Figueroa, 2009), quer de âmbito nacional (Silva, 2004; Silva, 2008), são empresas com elevado grau de concentração de propriedade, dominando as principais áreas dos mercados.

4.1.1. Os *media* em Portugal: crescimento e concentração

Portugal apresenta um mercado mediático concentrado. Os principais meios de comunicação social dos diversos sectores (nomeadamente, imprensa, rádio e televisão) estão integrados em grupos, com posições e activos relevantes no mercado. Como vimos no capítulo anterior, a abordagem política às questões do pluralismo e da diversidade não deixou de abordar a questão da concentração (e até, muitas vezes, de reduzir esse debate às problemáticas da propriedade), porque esta é uma realidade presente no espaço público.

Para além do Estado, através da concessão de serviço público (às empresas RTP, para a televisão, RDP, para a rádio, e Lusa, como agência noticiosa) e da Igreja (presente sobretudo na rádio, através do grupo Rcom, e em alguma imprensa regional), os principais grupos de comunicação social em Portugal são privados e comerciais, orientados para a procura de dimensão e rentabilidade, com uma visível lógica económica (Silva, 2004). Entre eles, encontramos actores que dominam os principais jornais, algumas das rádios mais ouvidas e os dois canais privados de televisão: são eles a Impresa, a Media Capital, a Controlinveste e a Cofina. Outros actores merecem referência por algum posicionamento mais estratégico, como a Ongoing (que tem o jornal Económico, presença no Brasil e uma participação no grupo Impresa), ou por terem um produto mais visível no espaço público, como é o caso da Sonae (um grupo com interesses na indústria, distribuição alimentar e telecomunicações) e do seu diário Público. Os principais grupos aqui considerados têm sobretudo a ver com actividade no domínio da comunicação social (ou conteúdos) e não tanto com telecomunicações (ou distribuição), embora a nível internacional as fronteiras estas duas áreas tenham vindo a ser esbatidas.

O actor privado mais histórico neste conjunto é a Impresa, liderado por Francisco Pinto Balsemão, um grupo que cresceu sobretudo com produtos próprios. Nasceu com o lançamento do semanário Expresso, em 1973, mas só se tornou um actor multimédia em 1992, com o lançamento do primeiro canal privado de televisão português, a estação SIC. Está ainda presente na televisão por subscrição, na imprensa especializada (revistas como Visão, Caras, etc.) e na Internet. Em 2011, apresentou 249,8 milhões de euros de receitas consolidadas e perdas num total de 35,1 milhões de euros⁴⁸.

⁴⁸ <http://www.impresa.pt/>

O grupo Media Capital é constituído sobretudo por uma aposta na televisão (com o canal aberto TVI e os canais por subscrição TVI24 e TVI Internacional), rádio (como M80, Comercial, Cidade, ou Best Rock) e produção audiovisual. Foi um grupo que cresceu, a partir do final da década de 80 do século XX, com activos na imprensa. Pautou o seu crescimento por uma estratégia agressiva, avançando para mercados emergentes com rapidez e retirando-se com igual rapidez na ausência de resultados (Silva, 2004), o que aconteceu em áreas como a participação em clubes de futebol ou mesmo na Internet. É detido maioritariamente pelo grupo Prisa, o maior grupo de comunicação social da vizinha Espanha, e apresentou proveitos operacionais de 224,4 milhões de euros em 2011, o que representou uma quebra de 10% face a 2010, ainda que o grupo não tenha registado perdas no exercício⁴⁹.

A dimensão actual da Controlinveste resultou da aquisição, por parte de um grupo relativamente menor no mercado mediático (nos seus activos estavam o jornal desportivo Jogo e um canal desportivo de televisão por cabo, a Sport TV), de um núcleo histórico mediático português constituído pelos produtos do universo Lusomundo. O grupo Lusomundo, absorvido pela Portugal Telecom (PT) em 2000, era um actor histórico no país, com presença sobretudo na distribuição cinematográfica, na imprensa (com o Jornal de Notícias, o Diário de Notícias e revistas especializadas) e na Rádio (TSF). Tentou entrar no sector da televisão mas sem sucesso (Silva, 2004), e acabou por integrar o universo mais vasto das telecomunicações. No entanto, o grupo PT entendeu alienar, quatro anos depois, a actividade mais relacionada com os conteúdos (mantendo a distribuição cinematográfica), o que levou à constituição de um grupo de dimensão considerável, reunindo imprensa, rádio e televisão. Os dados relativos aos exercícios anuais do grupo não são públicos, uma vez que, não estando cotada em bolsa, a Controlinveste não está obrigada à sua divulgação.

Ainda entre os grupos com presença nacional de dimensão, encontramos o grupo Cofina, que iniciou a sua actividade na indústria. Este grupo entrou na comunicação social em finais da década de 90 do século passado, numa parceria com o banco BPI numa luta pelo controlo do canal de televisão SIC (que acabou por se manter na Impresa). Tem sobretudo activos no domínio da imprensa (como o jornal nacional mais lido em Portugal, o Correio da Manhã, a revista Sábado, o Jornal de Negócios e o desportivo Record), mas sempre manifestou interesse

⁴⁹ <http://www.mediacapital.pt/p/486/resultados-financeiros/>

(ainda sem concretização) de entrar noutros sectores, nomeadamente rádio e televisão. Em 2011, o grupo apresentou resultados operacionais de 126,67 milhões de euros⁵⁰.

Faustino (2011) propõe uma análise mais desagregada da concentração em Portugal, apresentando valores por subsectores, nomeadamente televisão e jornais. De acordo com os dados disponibilizados, o mercado dos diários portugueses, assim como o da publicidade e o da televisão, apresentam indicadores de concentração significativamente elevados. No entanto, defende que “estes resultados não conduzem necessariamente à necessidade de intervenção no mercado, dado que a existência de uma posição dominante não se consubstancia necessariamente numa situação de abuso de posição dominante” (2011, 202-203).

Estes quatro grupos (Impresa, Media Capital, Controlinveste e Cofina) reúnem os principais meios nacionais nos sectores tradicionais na comunicação social (imprensa, rádio e televisão), mas têm tido também alguma intervenção ao nível da Internet, não só pela presença simultânea na distribuição tradicional e na nova plataforma, mas também pela criação de conteúdos próprios (como acontece, por exemplo, no caso da Media Capital e do portal IOL). A Entidade Reguladora para a Comunicação Social considera, no seu Portal da Transparência⁵¹, mais alguns grupos relevantes, nomeadamente três grupos de imprensa regional (Adriano Lucas Lda, Grupo Lena e Socapital) e dois que actuam sobretudo na área das telecomunicações (a Portugal Telecom, que tem ainda uma posição na Lusa, e a Zon Multimédia, que tem ainda uma participação em alguns canais de televisão por subscrição).

A situação actual dos grupos de comunicação nacional é de alguma instabilidade, já que o sector mediático (pela sua dependência da publicidade) é particularmente sensível as crises económicas e várias empresas, como a Impresa, reportaram, no exercício de 2011, perdas significativas. Algumas possibilidades de venda ou reconfiguração dos grupos actuais afloram o espaço público, assim como a probabilidade de reforço de capital estrangeiro, nomeadamente capital angolano que, através da Newshold, detém já o semanário Sol e participações na Impresa e na Cofina⁵². Os grupos enfrentam dificuldades económicas e, neste cenário, aumentam as preocupações relativamente à qualidade dos produtos jornalísticos e à independência dos profissionais. Mas, aos receios de que a gestão comercial e empresarial dos

⁵⁰ http://www.cofina.pt/cfn_pt/investors/reports/2011rep/

⁵¹ <http://www.erc.pt/pt/transparencia>

⁵² http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=2187027&seccao=Media

media pudesse influenciar a qualidade do produto, os responsáveis pelas empresas sempre responderam com a separação entre a direcção comercial e a direcção editorial. Como explica McQuail (2003: 200-201), “a teoria liberal assenta na convicção de que a propriedade pode ser efectivamente separada do controlo das decisões editoriais”.

E, deste modo, a qualidade do jornalismo e o exercício das funções dos *media* nas sociedades democráticas têm sido, cada vez mais, relegados para o reduto de arranjos institucionais, como o respeito pelos estatutos e deontologias profissionais dos jornalistas, além de instrumentos internos das empresas como estatutos editoriais e conselhos de redacção.

4.2. Jornalismo: profissionalização, discurso e fontes

Com os *media* organizados em empresas que visam a eficiência e o lucro – numa lógica se não incompatível, pelo menos indiferente, relativamente à procura de um bem público maior –, o cumprimento do “interesse público” tem sido crescentemente identificado como uma obrigatoriedade ética e deontológica do profissional do jornalismo. Na defesa da liberdade de expressão e do direito à informação, “os jornalistas são os primeiros a comprometerem-se com a salvaguarda (desses) princípios” (Fontcuberta, 2010: 109). Assim, ainda que os proprietários possam ter outras motivações na gestão das empresas de *media* (que não passe pela defesa do “interesse público”) e possam usar o seu poder para interferir nos conteúdos publicados, existem “fortes convenções, relacionadas com o jornalismo, que protegem a autonomia de decisão dos editores em certas notícias” (McQuail, 2003: 262). Fazem parte da identidade profissional do jornalista o respeito de valores que visam proteger a sua autonomia. “Existe uma relação simbiótica entre jornalismo e democracia, residindo no núcleo dessa relação o conceito de liberdade, fulcro do desenvolvimento do jornalismo” (Traquina, 2007: 135). A liberdade é essencial para garantir a independência dos profissionais, assim garantindo a sua credibilidade perante o público, o que significa que devem assumir o respeito pela verdade como primeiro compromisso na sua actividade (Kovach and Rosenstiel, 2004).

Outro valor essencial da prática jornalística é o da objectividade, um valor por vezes mal compreendido e que resulta da primazia dada aos factos e não às opiniões. Este ideal, de difícil concretização, “não é a negação da subjectividade, mas uma série de procedimentos que os

membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada” (Traquina, 2007: 143). Este valor corresponde a uma evolução histórica no jornalismo, já que as primeiras publicações eram sobretudo um espaço partidário e de opiniões. Nesse sentido, a neutralidade acompanha de muito perto a objectividade enquanto valores orientadores da prática jornalística, É que “apesar de todas as críticas à objectividade, o jornalismo moderno está indiscutivelmente associado a uma noção de equidistância entre o profissional do campo jornalístico e os diversos agentes sociais, actuando com justiça, observando as diversas perspectivas, mantendo a sua independência” (Traquina, 2007: 146).

É claro que a independência é um valor de equilíbrio difícil. A ambivalência entre a fidelidade à empresa e o cumprimento da deontologia coloca dificuldades de pertença aos jornalistas. “Divididos entre a observância das regras organizacionais da empresa que os emprega e o respeito das normas profissionais que colocam a tónica na independência de pensamento e de expressão, eles têm um sentimento de dupla filiação: pertencer à empresa e ser membros de uma profissão” (Rieffel, 2003:130). Por outro lado, essa dualidade sempre esteve presente na crescente afirmação do jornalismo enquanto actividade profissional. “O profissionalismo jornalístico tem uma relação complexa com o mercado (..). A sua origem está relacionada de perto com o aparecimento da imprensa de massa comercial e a especialização da função de reportagem teve lugar em grandes jornais comerciais”, lembra Hallin (2008: 45).

De facto, a passagem dos jornais (surgidos na Europa por volta do século XVII como publicações de pequena circulação e espaços privilegiados de opinião) a meios de massas está estreitamente relacionada com a assunção, por parte dos jornalistas, de um modo de agir profissional e do privilégio dado aos factos em detrimento da opinião. A partir do final do século XIX, a industrialização e comercialização dos jornais, com uma crescente dependência das receitas da publicidade, acompanha de perto a emergência da profissão de jornalista. Como afirma Traquina (2007: 47), “a comercialização tornou possível o amadurecimento da profissão de jornalista”, tendo-se estabelecido “a ideia de que a primeira função de um jornal era noticiar com exactidão e não distorcer as notícias com propósitos políticos”.

Essa função fica associada à questão dos factos e dos acontecimentos jornalísticos, sendo estes “o referente de que se fala, o efeito de realidade da cadeia dos signos”, ou seja “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de factos virtuais”,

havendo vários registos de notabilidade dos factos (Rodrigues, 1993: 27). É claro que a definição de factos que originem acontecimentos jornalísticos é polémica, assim como as matérias relacionadas com a objectividade e a imparcialidade. A objectividade diz respeito ao modo como os acontecimentos são relatado, não estando necessariamente ligada a noções de verdade ou exactidão, mas sim a procedimentos práticos que garantem protecção dos profissionais (Tuchman, 1993). Assim, “os acontecimentos podem ser apresentados de uma forma segura como uma série de factos que não requerem qualquer explicação do seu significado político” (Soloski, 1993: 96). Contudo, imparcialidade e objectividade não deixam de ser “conceitos que a maioria dos cidadãos associa ao papel político ou ideológico dos *media* noticiosos” (Hackett, 1993: 102).

Deste modo, a imparcialidade no relato e a independência face aos poderes crescem como práticas jornalísticas, ao mesmo tempo que se vai afirmando a liberdade de expressão e de imprensa. “A expansão da imprensa veio com o crescimento do que era designado por «imprensa respeitável» (que) era ela própria um produto da industrialização em Inglaterra” (Traquina, 2007: 46). Deste modo, também a profissão de jornalista se foi impondo na sociedade, adquirindo uma nova respeitabilidade e exigindo formação. Inicialmente com uma imagem pouco prestigiada um pouco por todos os países, os jornalistas foram-se crescentemente afirmando ao longo do século XX como profissionais. A criação de clubes e sindicatos, assim como as primeiras formações universitárias na área, foram factores decisivos. A adopção de códigos deontológicos foi igualmente fundamental na afirmação de uma autoridade profissional, na reivindicação de um saber-fazer. Por isso, ainda que o profissionalismo possa ser uma consequência da comercialização e do mercado, em certas alturas, institui-se enquanto elemento crítico revestido de uma ordem normativa e “exerceu também um contrapeso ao mercado” (Hallin, 2008: 45).

4.2.1. Rotinas produtivas e relacionamento com fontes

A estruturação dos *media*, enquanto empresas, tem consequências a nível da finalidade dos meios, mas também a nível da estruturação interna do trabalho do jornalista. Há uma lógica organizacional que condiciona o exercício da profissão porque visando “a eficácia, a maximização das audiências, a procura de retorno publicitário”, a empresa “procede à divisão

do trabalho, à distribuição de tarefas e à repartição da autoridade” (Rieffel, 2003: 140). A organização do trabalho do jornalista corresponde ainda à necessidade de responder à imprevisibilidade em que consiste a sua natureza: lidando com acontecimentos, por definição inesperados, o jornalismo precisa, contudo, de ordem para poder produzir. Uma das formas de ordenar o trabalho consiste, por exemplo, em construir agendas, que definem à partida, eventos susceptíveis de serem noticiados, ou em cultivar o acesso às fontes de informação. A existência destas rotinas produtivas tem por elemento fundamental “a escassez de tempo e de meios, (que) acentua a importância dos valores-notícia, que se encontram, assim, profundamente enraizados em todo o processo informativo” (Wolf, 2003: 218).

Os valores-notícia, também chamados de critérios de noticiabilidade, são um aspecto fundamental da cultura profissional do jornalista e constituem “referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objectos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração das notícias” (Traquina, 2007: 172). A primeira investigação que enumerou de forma sistemática e exaustiva foi elaborada por Johan Galtung e Mari Ruge, publicada em 1965 no *Journal of Peace Research*, mas muitos trabalhos posteriores seguiram esta linha de investigação. E, embora alguns autores tenham atribuído um carácter sobretudo subjectivo a essas referências, “uma conclusão geral dos estudos sobre os conteúdos dos *media* noticiosos é a de que as notícias apresentam um «padrão» geral bastante estável e previsível” (Traquina, 2007: 172).

Vários autores, depois de Galtung e Ruge, ofereceram outras tipologias de noticiabilidade (ver, por exemplo, McQuail, 2003, ou Traquina, 2007), algumas próximas da primeira lista de critérios proposta, outras mais extensas. No entanto, esta enunciação de valores-notícia resulta de evidências académicas de que o processo de selecção noticioso (pelo qual alguns acontecimentos são tornados notícias e outros não) não resulta primariamente, como determinou a primeira versão da teoria do *gatekeeping*, proposta por David White na década de 50 (Traquina, 2007), de um processo subjectivo. As áreas de decisão numa organização noticiosa regem-se por critérios, usados em toda a cadeia produtiva, que determinam grande parte do produto final que é oferecido aos consumidores e que são apreendidos pelos jornalistas no âmbito da sua aprendizagem profissional.

Entre os critérios identificados, encontramos, por exemplo a falta de ambiguidade (quanto mais claro for um acontecimento, tanto mais noticiável será), a relevância (medida nomeadamente pelo impacto que poderá ter junto do público) e a proximidade, geográfica ou cultural. A referência a algo que é negativo ou inesperado, mas também a continuidade, dos acontecimentos determinam a sua noticiabilidade, assim como o facto de dizerem respeito às elites (nações, empresas ou pessoas). Neste último critério, entronca ainda o valor da personalização, ou seja, a “tendência para estruturar os acontecimentos em torno dos indivíduos” (Traquina, 2007: 160), porque isso os torna mais concretos e mais interessantes para as audiências.

A importância da personalização das notícias tem crescido nos últimos tempos. Se, na altura da definição dos critérios de noticiabilidade, a personalização dizia sobretudo respeito às elites e à sua vida pública, podemos actualmente incluir nesse critério a crescente “espectacularização da vida privada dos personagens públicos”, mas também as personagens que “adquirem estatuto público devido à sua vida privada” (Fontcuberta, 2010: 39). Esta tendência, esta “espécie de irrupção do privado, do pessoal, nos cenários públicos”, resulta de um fenómeno de “correlativa privatização do público e politização do privado” (Innerarity, 2006: 31), acaba por ter consequências importantes no discurso e na finalidade adstrita aos *media*, enquanto garantes da democracia. É que a “personalização crescente da comunicação pública, o foco dos *media* na vida privada e experiência individual” leva à “de-politização da comunicação pública” (Hallin, 2008: 55). Como escreve ainda Innerarity (2006: 32-33), “as personagens políticas sobrepõem-se aos temas políticos e os temas políticos são tratados como questões pessoais”, ou seja, são transformados em “assuntos de imagem, sentimentos e dramas pessoais”.

Por outro lado, estes critérios podem originar falhas na prática profissional, porque “a confiança profissional em fontes oficiais e a necessidade para um ‘gancho’, um pretexto noticioso, ou evento, para justificar a cobertura de uma história, joga a favor dos que beneficiam do *status quo*” (McChesney, 2000: XV). O reforço do poder estabelecido como consequência das práticas profissionais é assim uma contradição entre o que deveria ser a missão do jornalismo e o seu exercício: “Embora os jornalistas não relatem as notícias de modo a manter o sistema político-económico existente, as suas normas profissionais acabam por produzir «estórias» que defendem implicitamente a ordem vigente” (Soloski, 1993: 100). Esta questão tem particular

acutilância no que diz respeito a outro critério de noticiabilidade identificado pela investigação, nomeadamente a preferência por eventos que envolvam as elites. O debate suscitado sobre as suas implicações, nomeadamente no que diz respeito ao enviesamento da cobertura mediática, levanta a questão da limitação das condições de acesso da sociedade aos *media*.

Por exemplo, a perspectiva da teoria pluralista dos *media* supõe que “a diversidade das organizações e as possibilidades de acesso garantem uma combinação adequada de oportunidades para as vozes oficiais da sociedade e para pontos de vista críticos e alternativos” (McQuail, 2003: 289). No entanto, uma vez que as vozes mais dissidentes não correspondem às “elites”, acabam por ser preteridas em função destas e, assim, não se cumpre o propósito de um acesso mais equilibrado aos canais mediáticos.

A problemática do acesso aos *media*, e por esta via à sociedade, está intimamente relacionada, primeiro, com a legitimação de algumas vozes no espaço público (nomeadamente, com comentadores escolhidos pelos meios que fornecem a opinião) e com a questão das fontes nas notícias. Os meios de comunicação, tornados, como vimos, no domínio da objectividade e da neutralidade e na distinção entre factos e opinião, mantêm um espaço para a opinião, habitado por comentadores e os chamados *opinion-leaders*, que fornecem interpretações para os acontecimentos e opiniões próprias. São agentes/produtores que possuem um capital simbólico reconhecido e institucionalizado (Bourdieu, 2003) pela sua presença nos *media*. Por outro lado, poderão responder à necessidade de fornecer aos cidadãos diferentes visões do mundo por terem perfis profissionais e ideológicos distintos (Lopes e Santos, 2011). Contudo, em alguns contextos como o português, apresentam muitas vezes uma concordância de posições que não cumpre o papel de diversificação dos olhares sobre os acontecimentos (Figueiras, 2008).

O acesso aos *media* é ainda garantido através da relação com as fontes. Estas são essenciais para assegurar a cobertura dos principais eventos – uma vez que é impossível ter um jornalista à porta de cada acontecimento para fazer a cobertura presencial – e para garantir um certo fluxo noticioso, necessário a uma organização que tem de oferecer conteúdos regularmente. A questão é que “os profissionais das notícias também têm as suas fontes preferidas e estão, ainda, ligados a figuras destacadas por meios institucionais” e, em algumas esferas, “a assimilação entre os *media* noticiosos e as fontes é virtualmente completa” (McQuail, 2003: 292/294), com alguma investigação académica a demonstrar que os políticos, governos e

agentes da lei, ou mesmo grandes empresas, conseguem receber atenção mediática de forma acrítica e, normalmente, na proporção desejada.

A questão é que “quem assegura o acesso aos *media*, e porquê e como, levanta inevitavelmente questões fundamentais sobre a natureza da participação nos *media*, processos e formas de cidadania mediada, questões de desempenho dos *media* e o jogo do poder desenvolvido entre os *media* noticiosos e as suas fontes” (Cottle, 2003: 3). A proliferação de empresas de relações públicas e de assessores de comunicação, em contexto de campanhas eleitorais e não só, torna o trabalho do jornalista mais fácil, no sentido em que tem de sair menos em busca da informação, porque esta lhe vem parar à secretária ou à caixa de correio. Contudo, esta questão levanta problemas de verificação e de respeito pela verdade dos factos, já que estas fontes são obviamente fontes interessadas na publicação da notícia e também no seu enquadramento. Será “difícil dizer se os *media* são hoje mais influenciados do que no passado, mas provavelmente tornou-se-lhes mais difícil fazerem por si mesmos qualquer avaliação independente do valor da informação oferecida por tal volume” (McQuail, 2003: 295).

Contudo, algumas investigações demonstram que, em certas circunstâncias, os jornalistas tendem a distanciar-se da posição das fontes oficiais, nomeadamente de governos e políticos ou grandes empresas, particularmente em caso de divergências entre eles; e, apesar da predominância destas fontes, grupos alternativos, nomeadamente com carácter cívico, têm conseguido aceder aos *media* (Davis, 2003). Estas tendências contraditórias não desmobilizam as preocupações porque “o jornalismo está tão dependente do material fornecido pelas relações públicas que mina o ideal dos *media* como um quarto poder” (Davis, 2003: 41) e porque “o nível de dependência jornalística nas fontes (poderosas) é tal que quando os políticos alcançam um consenso alargado em assuntos-chave, a cobertura torna-se menos pluralística e crítica (Davis, 2009: 205).

O problema será particularmente grave no que diz respeito ao relacionamento entre políticos e jornalistas, porque da cobertura mediática do governo da sociedade deveria resultar informação independente e objectiva que permitisse aos cidadãos uma posição e acção informadas. Isso implicaria um distanciamento crítico entre ambos, mas as evidências produzidas pela investigação apontam que “a relação entre os jornalistas e as suas fontes políticas são mais bem compreendidas como essencialmente colaborativas e não conflituosas: a relação é simbiótica e

caracterizada pela confiança mútua entre parceiros consentidos” (Franklin, 2003: 58). E esta proximidade poderá ser tanto mais problemática porque os políticos entram numa “luta permanente para formar as percepções públicas deles próprios, dos seus partidos e das suas mensagens imediatas através dos *media*” (Blumler e Coleman, 2010: 143)

4.3. O agenda-setting

O relacionamento e a dependência dos jornalistas face às fontes são particularmente críticos no que diz respeito à questão da determinação da agenda mediática. De facto, o objectivo das fontes interessadas é colocar nos *media* temas, na perspectiva que melhor os beneficia, e assim chegar à opinião pública. Esta marcação da agenda mediática acaba por ter consequências na agenda da opinião pública, devido ao chamado efeito do *agenda-setting*, termo cunhado por McCombs e Shaw (1972). Este é, na definição de McQuail (2003: 432), “o processo pela qual a atenção relativa dada a itens ou assuntos na cobertura das notícias influencia a ordem hierárquica da consciência pública dos assuntos e a atribuição de significado; como extensão, podem ocorrer efeitos na orientação do público”. Ou seja, a teoria do agendamento estabelece que os *media* influenciam/determinam a prioridade dada aos assuntos pelas pessoas. Sendo que a agenda dos *media* resulta das normas e tradições profissionais do jornalismo, da interacção diária entre as próprias organizações noticiosas e da interacção das organizações com numerosas fontes e as suas próprias agendas (McCombs, 2005).

Ainda que a plausibilidade da existência deste efeito seja comumente reconhecida, mesmo entre pessoas fora da área dos *media* (como políticos), algumas investigações nesta área têm-se mostrado inconclusivas, mantendo o *agenda-setting* como uma explicação possível e admitindo um processo de construção de uma consciência pública sobre os diversos assuntos mais complexo, onde o papel dos meios de comunicação social não é negligenciável. Talvez por isso esta seja uma tendência forte na investigação académica, estando na base de centenas de investigações nos últimos 40 anos. McCombs (2004), por exemplo, fornece uma amostra representativa de investigações sobre o *agenda-setting* em diferentes localizações geográficas, provando a capacidade dos meios de comunicação para definir a agenda pública em vários países.

Dearing e Rogers (1996) apresentam o *agenda-setting* como um processo político caracterizado pela competição em curso entre proponentes temáticos para atrair a atenção dos *media*, do público e das elites políticas. Como vemos, os elementos em jogo deixam de ser apenas os meios noticiosos: “o agendamento oferece uma explicação do porquê de a informação sobre certos assuntos, não sobre outros, ser disponibilizada ao público em democracia; como a opinião pública é formada” (Dearing e Rogers, 1996: 2). Estes autores assinalam o facto de os diferentes meios tenderem a estar de acordo na saliência relativa dos assuntos, apesar de esta importância não ter correspondência nos indicadores do mundo «real». Assim, a forma como determinado assunto é apresentado pelos *media* determina, de uma forma significativa, a sua saliência na agenda pública.

Apesar de alguma dificuldade em providenciar evidências sistemáticas, a teoria do agendamento é reconhecida no meio científico e profissional. Vieira (2007: 73), por exemplo, afirma que “os *media* têm uma capacidade de colocar na agenda pública certos temas que entram no debate colectivo, aquilo que designamos pela expressão em inglês *agenda-setting* (fixação de agenda)”, sendo este “um poder considerável”. Também Fontcuberta (2010) apresenta como uma função dos *media* “o mecanismo de formação da opinião pública, no seio da sociedade pós-industrial, através da agenda dos meios de comunicação”. Este processo, que a autora apelida de tematização, resulta do facto de os meios serem “os principais motores da circulação dos conhecimentos” e de que “o cidadão da civilização actual convive com os meios e considera-os um ponto de referência fundamental”. Assim, conclui Rieffel (2003: 31), os *media* e, em particular, a televisão “desempenham um papel permanente de mediatização entre a esfera política e o conjunto dos cidadãos e, por essa razão, a margem de manobra dos governados pode, em certos casos, reduzir-se à escolha dos temas que são debatidos publicamente”.

Uma segunda fase da investigação sobre o agendamento inclui a questão da influência dos *media* na qualificação dos acontecimentos (*attribute agenda-setting*), e não apenas na sua saliência. Ou seja, os *media* terão também a capacidade de enquadrar (*framing*) os assuntos públicos e não apenas de os priorizar na consciência pública. As primeiras evidências científicas sobre este refinamento da teoria do *agenda-setting* (Scheufele e Tewsbury, 2007) foram conseguidas em contexto de campanha eleitoral onde se provou que a imagem eleitoral dos candidatos era influenciada pelos atributos valorizados pelos *media*. “As notícias também nos

dizem como pensar sobre os assuntos. Quer a selecção de objectos para a atenção, quer a selecção do enquadramento para pensar sobre esses objectos são papéis poderosos de agendamento” (McCombs e Shaw, 1993).

Esta reflexão relativa ao poder dos *media* sobre a opinião pública (que retomaremos à frente, no capítulo seguinte) é assim uma tendência importante no seio dos estudos sobre os meios de comunicação, sobretudo no que diz respeito à relação dos *media* com as sociedades democráticas e às funções que aí cumprem. No entanto, o aparecimento dos chamados «novos *media*» veio introduzir novos factores de ponderação. Grande parte da influência dos *media* noticiosos em agendar os temas na opinião pública tem a ver com o facto de eles serem os principais canais de informação para a grande maioria dos cidadãos. Contudo, com o aparecimento de novas plataformas, em particular a Internet, os veículos de informação diversificaram-se e o cidadão tem agora à disposição uma panóplia de fontes, cujo alcance ainda é difícil de perceber e prever. Essa é uma das mudanças trazidas pelos novos *media*, mas outras transformações levam mesmo ao questionamento da actual estrutura mediática.

4.4. Os novos *media*

Os *media* são instituições sociais em constante mudança, sendo a tecnologia um dos factores sempre relacionados com a sua transformação. De facto, como escreve McQuail (2003: 192), “a chave para o carácter pouco comum das instituições dos *media* é as suas actividades serem inextricavelmente políticas e económicas ao mesmo tempo, e ainda muito dependentes das tecnologias de distribuição em constante mudança”. A perspectiva dos *media* enquanto uma instituição social refere-se a uma realidade constituída por organizações onde trabalham os profissionais das áreas relacionadas com a comunicação e pelos produtos materiais e culturais por elas produzidas, num contexto estruturado pela propriedade e posse, funcionamento burocrático, assim como pelo sentido de comunicação maioritariamente unilateral de um-para-muitos (McQuail, 2003; Lister *et al.*, 2003).

As transformações tecnológicas das últimas décadas, cujo alcance ainda não é possível descrever, criaram um novo grupo de *media*, os chamados «novos *media*», que levantam questões e dúvidas sobre esta própria denominação. É que estes novos meios de comunicação

apresentam características tão diversas que é difícil enquadrá-los numa teoria dos *media*, sobretudo quando esta foi formulada tendo por referencial os “meios tradicionais” da imprensa, rádio e televisão, sobretudo. “Uma transformação mais profunda, que está em curso, desafia a ontologia na qual o paradigma da comunicação de massas estava baseado” (Couldry, 2009: 438). Os novos *media* tanto são meios de comunicação pública como privada, não são caracterizados hegemonicamente pela intervenção profissional (nunca o «amador» teve tanto protagonismo) nem apresentam uma organização burocrática. “Estas são diferenças significativas que sublinham o facto de os novos *media* corresponderem aos *media* de massas sobretudo por serem largamente difundidos, em princípio estarem disponíveis para todos comunicarem e serem tão livres quanto aqueles” (McQuail, 2003: 120).

Os novos meios, que começaram a surgir a partir dos anos 80 do século passado, são definidos por três características simultâneas: são integrados, interactivos e usam códigos digitais. Isto permitiu a “uniformização e padronização dos conteúdos” e a “transformação do texto linear em hipertexto”, ao mesmo tempo que a interactividade significa “uma mudança no poder e no controlo sobre a interacção que está também do lado do utilizador” (van Dijk, 2006: 8). A tecnologia oferece assim novas oportunidades de relacionamentos sociais, o que pode levar à transformação de todos os *media*. Para alguns autores, como Castells (2005) ou Cardoso (2006), foi o próprio modelo comunicacional que mudou: a “sociedade em rede” é o novo paradigma “moldado pela capacidade dos processos de globalização comunicacional mundiais, juntamente com a ligação em rede entre *media* de massas e *media* interpessoais, e, em consequência, pelo aparecimento da mediação em rede” (Cardoso, 2009a:16).

Estas transformações levantam assim problemas teóricos, nomeadamente no que diz respeito à Internet, a maior plataforma destes novos *media*. O modelo dos meios de massas não pode aplicar-se acriticamente a um meio que permite a interacção interpessoal e que esbate as fronteiras entre os diferentes contextos. Morris e Ogan (2009: 238) propõem uma forma de ultrapassar estes constrangimentos de natureza mais conceptual com uma redefinição de categorias, considerando que “a Internet é um meio de massas multifacetado, isto é, contém muitas diferentes configurações de comunicação”. Inscrevendo-se numa tradição que vem desde o tempo da teoria do duplo fluxo de comunicação, as formas variadas da Internet mostram a relação existente entre a comunicação interpessoal e de massas. Contudo, problemas de

natureza vária levantam-se a nível das audiências, da marcação de agenda e de credibilidade (Morris e Ogan, 2009).

McQuail (2003: 126-127) identifica outras áreas problemáticas na adopção de antigos modelos teóricos para explicar os novos *media*, nomeadamente a questão da posse e do exercício de poder: “Não são claramente identificados em termos de propriedade nem o acesso é monopolizado de tal forma que o conteúdo e fluxo da informação possam ser facilmente controlados”, já que “a comunicação não flui num padrão predominantemente vertical nem centralizado no topo ou no centro da sociedade”. Assim, apesar de ainda ser relativamente cedo para tirar grandes conclusões sobre as transformações sociais, deve salientar-se a transição para meios mais interactivos, com maior presença social, privacidade e autonomia. O consumo dos meios digitais presta-se a uma prática mais individualizada, permitindo que cada indivíduo faça o seu caminho enquanto procura conteúdos. Contudo, é preciso não esquecer que muitos *media* digitais são versões redesenhadas e expandidas dos antigos *media* analógicos.

Outra discussão que ganhou novo alento com o desenvolvimento dos *media* diz respeito ao seu carácter participatório (Deuze, 2007). As possibilidades tecnológicas permitem a intensificação das práticas de participação dos consumidores e utilizadores, com novas formas “onde não-profissionais estão efectivamente envolvidos na produção mediada de significados (participação nos conteúdos) ou mesmo na gestão e desenvolvimento de políticas em organização produtoras de conteúdos (participação estrutural)” (Carpentier, 2009: 409), aos quais têm sido atribuídos várias designações desde “hobbistas”, “amadores”, “trabalhadores não remunerados” ou “voluntários” (van Dijck, 2009). Alguns autores como Carpentier (2009) ou Deuze (2007) propõem algumas reservas a uma perspectiva mais optimista relativa a essa participação, já que, apesar de algum esbatimento de fronteiras entre produtores e consumidores, as organizações e os seus profissionais têm procurado manter os limites entre ambos, faltando ainda investigação empírica sobre a forma como os profissionais incorporam na sua produção as contribuições “amadoras” de consumidores. Van Dijck (2009: 54) considera mesmo improvável que os amadores possam vir a ter maior controlo sobre a monetarização das suas contribuições, sendo igualmente “improvável que os profissionais do mercado dêem espaço a uma estrutura de base poderosa constituída por voluntários com garantias aumentadas de autonomia criativa e independência financeira”.

Esta perspectiva crítica sobre o novo papel dos consumidores e utilizadores, agora chamados de “prosumers” (Toffler, 1999) encontra ainda suporte em números que dão conta de que cerca de 80% dos utilizadores da internet assumem uma posição passiva face aos conteúdos (OECD, 2007). Por outro lado, estes conteúdos gerados pelos utilizadores recolhem pouco reconhecimento e a fama alcançada em plataformas vocacionadas para a contribuição dos utilizadores, como o You Tube, só é, de facto, fama quando é seleccionada pelos meios tradicionais, como a televisão (van Dijck, 2009).

Como aconteceu com o surgimento de outros *media*, também esta inovação, com todo o potencial inerente à novidade (Lister, 2003), é percepcionada como um contributo para um maior bem-estar social. Historicamente, a cada novo meio esperava-se que o maior fluxo de informação sobre acontecimentos públicos potenciaria o escrutínio por parte dos cidadãos. Todavia, o “domínio dos canais por poucas vozes, o «fluxo vertical» e o aumento do comercialismo” levou os *media* a negligenciar os seus papéis democráticos, cuja concretização pode estar mais perto com os novos *media* “que garantem os meios para uma provisão altamente diferenciada da informação e ideias políticas, um acesso quase ilimitado, em teoria, a todas as vozes e muita retroacção e negociação entre líderes e apoiantes” (McQuail, 2003: 136).

Contudo, existem algumas razões para impedir perspectivas mais optimistas. Em primeiro lugar, há que não esquecer que a implementação dos *media* digitais seguiu primariamente uma lógica de mercado, o que coloca a defesa da cidadania em segundo plano. Por outro lado, em termos de gestão, os novos *media* tendem a acentuar as actuais lógicas dos grandes grupos empresariais porque potenciam ganhos de eficiência e sinergias. Porque há agora uma mesma linguagem (o código binário), os conteúdos podem ser replicados em vários meios sem custos de distribuição. Assim, a tendência tem sido para a crescente penetração das grandes empresas nos negócios digitais, com o objectivo de “dominar todas as actividades da cadeia de valor, gerindo o processo desde a criação dos conteúdos, passando pela agregação e pela distribuição, até chegar ao utilizador final” (Sendin, 2009: 151), não esquecendo o factor escala, essencial numa plataforma onde o custo associado ao consumo por mais uma pessoa é virtualmente inexistente.

Assim, uma plataforma que potencialmente privilegia diferentes vozes e a variedade, pode, no fundo, tornar-se um factor de uniformização e massificação. Uma realidade que pode verificar-se

nos conteúdos, mas também nos próprios modelos de organização social da comunicação. A propósito dos diferentes sistemas de comunicação que Hallin e Mancini (2010: 267) descreveram, os autores dão conta da crescente adopção do sistema liberal por parte de países com outros passados e tradições históricos, sendo a tecnologia “uma força externa no sentido da homogeneização dos diferentes modelos de comunicação”.

Ainda assim, a questão coloca-se sobre o facto de podermos continuar a considerar os *media* como uma entidade unitária (Couldry, 2009) dada a fragmentação tecnológica, a mudança nos hábitos mediáticos e na economia dos *media*. A centralidade dos meios de comunicação de massa está também em causa, ameaçada por uma nova vivência mediada pelos *media* interpessoais, transformados em modos primários de conexão. Mas, contesta Couldry (2009: 444), “no lugar de os *media* interpessoais se divorciarem dos fluxos mediáticos produzidos centralmente e oferecerem um centro social alternativo ao que é providenciado pelos *media*, é mais provável que os *media* sociais e os produzidos centralmente se tornem ainda mais ligados”. Da mesma forma, os grandes grupos empresariais continuarão a desempenhar um papel importante no processo político, porque terão todo o interesse em canalizar as trocas entre pares no fluxo de comunicação. Assim, defende o autor, os *media* não vão desaparecer, mas antes entrarão num “jogo subtil de interdependências”, tornando-se “o local da luta de forças concorrentes: fragmentação baseada no mercado versus pressões contínuas de centralização que se desenham nos mitos e rituais relacionados com os novos *media*” (2009: 447).

4.5. Conclusões

A expectativa de que pudessem constituir-se como um espaço para o exercício dos princípios do pluralismo e da diversidade sempre acompanhou o crescimento dos meios de comunicação social. Historicamente, os *media* sempre foram recebidos na esperança de que poderiam melhorar a saúde das democracias e a gestão das sociedades. Todavia, a organização dos meios em empresas comercialmente focadas e o estabelecimento de uma prática profissional, com rotinas e procedimentos próprios, colocam vários obstáculos à possibilidade de se expressar o pluralismo e a diversidade.

No entanto, essa manifestação será tanto mais importante quanto os *media* têm uma influência relevante na percepção que o público tem sobre os assuntos a debater, nomeadamente no que diz respeito ao exercício e escrutínio do poder. Se os meios de comunicação social são essenciais para colocar temas na agenda pública e também para o seu enquadramento, será então essencial que sejam o espaço do poder instituído, mas também de vozes diferentes, alternativas.

As inovações tecnológicas que transformaram a natureza dos *media*, colocando dificuldades à sua categorização e mesmo denominação, abrem desta forma novas oportunidades de interação e comunicação, com características de horizontalidade que promovem mais as relações inter-pares e, portanto, serão fonte de uma nova sociabilidade mediada. As consequências para o exercício da cidadania e da democracia estão assim no cerne das atenções.

As reflexões a este nível são aprofundadas pelas potencialidades que as tecnologias de informação e comunicação apresentam quer em termos de expressão do pluralismo e da diversidade, quer em termos da possibilidade de permitirem novos espaços públicos de debate e discussão. Porque sem espaços públicos não há democracia (Habermas, 1989; Dacheux, 2008), nem pluralismo nem diversidade, importa agora partir para a exploração da *ágora* onde estes princípios se interconectam.

5. Esfera pública, participação política e deliberação

«O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas é aquilo pelo qual e com o qual se luta, é o próprio poder de que procuramos apoderar-nos.»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

A expressão do pluralismo e da diversidade toma lugar e é constituinte de um espaço onde as diferentes ideias e perspectivas são postas em perspectiva. Este espaço designado de esfera pública é uma construção teórica e conceptual, cuja configuração pode acontecer num determinado tempo histórico. É na esfera pública que decorre o debate de ideias, do qual deverão sair as linhas orientadoras para a gestão das sociedades e as quais deverão reflectir todas as tendências dessas sociedades. Esta perspectiva pluralista da esfera pública tem sido contestada porque, levada ao extremo, alberga diferenças que podem ser, em último caso, irreconciliáveis. E, assim, muitos autores consideram que não se deve falar de uma esfera pública unitária, mas sim considerar uma multiplicidade de espaços públicos.

O pluralismo e a diversidade estão na base da constituição da(s) esfera(s) pública(s). Entendida como uma mera construção teórica ou perspectivada como uma realidade histórica efectiva que teve e tem lugar nas sociedades ocidentais, é certo que o debate sobre a esfera pública, como espaço de deliberação resultante da participação livre de cidadãos onde se giza a opinião pública, não está terminado. Ainda assim, os pressupostos do seu funcionamento continuam a implicar uma abertura às diferentes perspectivas de análise sobre os temas públicos, o que significa que tem por princípio organizacional a defesa do pluralismo e da diversidade.

5.1. A esfera pública

A esfera pública, termo cunhado por Jürgen Habermas (1989) na obra *A transformação estrutural da esfera pública* publicada originalmente em 1962, designa um espaço onde ganha

corpo uma arena mais ou menos aberta e autónoma para o debate dos assuntos que interessam ao governo das sociedades. “A esfera pública burguesa pode ser concebida como a esfera de pessoas privadas que se juntam como um público” (Habermas, 1989: 27). Constituída acima das autoridades públicas, esta esfera distingue-se do domínio privado dos cidadãos e funciona como instância de verificação e legitimação do poder político exercido pela administração. O aparecimento da esfera pública moderna, na sua dimensão social, desviou o centro da atenção dos cidadãos das “tarefas propriamente políticas de uma cidadania agindo em comum [i.e. administração de leis (...)] para as tarefas mais propriamente cívicas de uma sociedade envolvida no debate público crítico” (Habermas, 1989: 52). É, assim, um sistema de intermediação entre a sociedade civil e o Estado.

A primeira instância de debate público não teve, inicialmente, um carácter político: “o precursor literário da esfera pública operativa no domínio político” era um espaço de debate sobre as artes e as letras (Habermas, 1989: 29). Essa esfera pública burguesa, iniciada assim com a dimensão literária, tinha lugar em espaços públicos de reuniões. “O primeiro domínio a ser incorporado foi o da chamada «cultura culta» e as artes, visando os públicos aí estabelecer critérios de legitimação estética”, experiências que tiveram lugar nas cidades, onde “nascem os salões, os cafés, as sociedades comensais, os clubes, etc. – novos espaços sociais onde a classe burguesa emergente dá prova do seu requinte e das suas ambições intelectuais, em confronto com a velha aristocracia nobiliárquica” (Esteves, 2003: 195).

A transição para a esfera política resultou em grande parte do florescimento do capitalismo, da liberdade económica e de uma filosofia social defensora do individualismo: “Com a expansão e libertação desta esfera do mercado, os donos de mercadorias ganharam autonomia privada; o sentido positivo de «privado» emergiu precisamente em referência ao conceito de livre poder de controlo sobre propriedades que funcionavam à maneira capitalista” (Habermas, 1989: 74). E assim nasce o debate de assuntos de interesses colectivos: “O processo pelo qual a esfera pública governada pelo Estado foi apropriada pelo público de pessoas privadas, fazendo uso da sua razão, e foi estabelecida como a esfera da crítica da autoridade pública, foi o de converter funcionalmente a esfera pública do mundo literário já equipada com instituições de público e com fóruns para discussão” (Habermas, 1989: 51).

Esta evolução é acompanhada por uma conquista do princípio do público que começou com o debate literário e passou para o governo político: “Como uma consequência da definição constitucional de governo público e das suas funções, o carácter público (*publicness*) tornou-se o princípio organizacional dos procedimentos dos próprios órgãos do Estado; nesse sentido falava-se da sua «publicidade» (*publicity*)” (Habermas, 1989: 83). Em paralelo a esta publicidade como acto de tornar público, surge a crítica que “garante a credibilidade do ideal iluminista de um progresso da razão” e que, “de raiz eminentemente subjectiva, (...) começa por exprimir a individualidade de cada um dos participantes do debate público e projecta-se, depois, no consenso obtido na sequência desse mesmo debate” (Esteves, 2003: 200).

Algumas condições são essenciais à constituição desta esfera pública: o uso público da razão e a igualdade de circunstâncias dos participantes. Ou seja, as características dos cidadãos são irrelevantes na discussão onde apenas impera a capacidade de argumentação relativamente a assuntos de interesse geral, numa definição até então monopolizada pelas instâncias de poder (que na configuração inicial da esfera pública burguesa eram o Estado e a Igreja). “O meio desta confrontação política era peculiar e sem precedente histórico: o uso público da razão” (Habermas: 1989: 27). Outro aspecto fundamental nessa formação de esfera pública diz respeito à institucionalização do acesso universal e da participação livre de todos. Universal significava, por um lado, que a discussão de interesses de um grupo particular não constituía uma esfera pública. Mas, por outro lado, não queria dizer que era permitida a entrada a qualquer tipo de pessoa: a discussão era aberta apenas a quem cumprisse critérios de admissão – educação e condição de proprietário. Os elementos do “estrato educado era também os que possuíam propriedades”, explica Habermas (1989: 85) sobre o facto de estes dois critérios se sobreporem e dizerem respeito ao mesmo círculo de pessoas. E, se “as mulheres e dependentes estavam legal e factualmente excluídos da esfera pública política” (Habermas, 1989: 56), isso resultava de condicionantes da estrutura da sociedade civil – a autonomia privada, necessária à participação do debate público, era fruto da educação e do estatuto económico.

Afirmou-se assim “no espaço europeu um público politizado e iluminado, constituído por cidadãos livres que, no âmbito desse espaço público, impuseram a si próprios a missão de estabelecer os limites da autoridade do Estado segundo a exigência de uma responsabilidade

colectiva” (Esteves, 2003: 201). Esta esfera pública estava ancorada em direitos fundamentais que asseguravam a sua constituição, nomeadamente os “direitos relativos à esfera de pessoas privadas juntas enquanto público em debate crítico e racional (liberdade de opinião e de expressão, liberdade de imprensa, liberdade de associação e de reunião) e da sua função política (direito de petição, direito de voto)” (Habermas, 1989: 83). Surge o debate ideológico que “data dessa altura e constitui um acontecimento determinante da institucionalização da livre circulação de opiniões no espaço público” (Esteves, 2003: 201). Garantidas assim as liberdades de expressão, associação e reunião, o acesso a este espaço era livre para quem quisesse, racionalmente, argumentar e deliberar. Uma visão considerada por vários autores como demasiado restritiva da esfera pública, como se apenas o lado racional importasse, esquecendo outras perspectivas lúdicas (como o entretenimento nos *media*) que também são factores de transformação (Verstraeten, 1996).

O pensamento de Habermas coloca ainda na crescente indistinção das esferas pública e privada a base da degeneração da esfera pública, como consequência da desestruturação da família conjugal patriarcal. “Para as necessidades ditas privadas, que a família burguesa antes tinha de assumir como um risco privado, os membros individuais da família são hoje protegidos publicamente” (Habermas, 1989: 155). Organizações privadas começaram a assumir poder público, por um lado, e o Estado penetrou nos assuntos íntimos dos cidadãos, por outro lado. “Só esta dialéctica da progressiva «socialização» do Estado simultaneamente como uma crescente «estatização» da sociedade destruiu gradualmente a base da esfera pública burguesa – a separação entre Estado e sociedade” (Habermas, 1989: 142). Desta forma, a noção do interesse geral, que guiava as discussões racionais, começou a perder-se em detrimento de um consumo da cultura de massa, que, cada vez mais fragmentada, levou à diversificação das ofertas e dos gostos (Calhoun, 2002).

Com a degeneração da esfera pública, deixou de haver uma base comum para a discussão e passou a imperar na esfera pública a publicidade (*advertising*), e não o bem público – o lazer passou a ser um complemento do trabalho, e desta forma apenas mais uma arena para a procura de negócios privados, e não mais um espaço de discussão pública. Esta visão retrata um “cidadão autónomo, cuja participação e juízo razoável era *sine qua non* da esfera pública, [que] tem sido transformado no «cidadão consumidor» de imagens ou mensagens empacotadas

ou alvo de correio electrónico de grandes grupos de lóbis e organizações” (Benhabib, 1992: 93). Habermas denuncia ainda a instrumentalização que foi feita da discussão política, anteriormente a decorrer de modo na esfera pública, mas hoje prisioneiro de debates com painéis de oradores organizados, fóruns, mesas-redondas, “estrelas” de rádio e televisão: “Era preciso pagar por livros, teatros, concertos e museus, mas não pela conversa sobre o que se tinha lido, visto ou ouvido(...); hoje a própria conversa é administrada” (Habermas, 1989: 164).

5.1.1. Esfera pública e *media*

O papel dos *media* na esfera pública tem sido amplamente debatido. Habermas relaciona de forma íntima o aparecimento da esfera pública burguesa com a implantação dos jornais que “desenvolveram um poder único explosivo” (1989: 20) – considerando, por exemplo, que a eficiência superior da esfera pública britânica (face à francesa e à alemã) no século XIX se deveu ao facto de ter uma imprensa livre que fornecia a informação necessária para a tornar politicamente funcional. A eliminação da censura na Grã Bretanha tornou possível o fluxo de argumentos crítico-rationais, permitindo-lhe “tornar-se um instrumento a partir do qual as decisões políticas poderiam ser apresentadas a um novo fórum do público” (1989: 58). A imprensa politicamente activa, cuja formação foi um “acontecimento absolutamente decisivo”, torna-se assim “o veículo privilegiado da controvérsia política e do confronto de ideias, dirigindo a oposição às estruturas arcaicas do poder e exigindo deste mesmo poder a obrigatoriedade de prestação de contas frente ao público” (Esteves, 2003: 202). Os jornais eram “os pontos de cristalização da vida social das pessoas privadas” e assunto para encontros em cafés ou sociedades literárias onde as pessoas discutiam o que tinham lido (Habermas, 1989: 72).

A transformação destes jornais na imprensa de massa mudou radicalmente a sua função na dinamização da esfera pública: os jornais tornaram-se fonte de manipulação, impedindo assim a possibilidade de uma discussão racional e aberta (McQuail, 2003). Dominados pela publicidade e orientados unicamente para o lucro – como foi explorado no capítulo anterior –, os *media* são agora apenas o lugar dos interesses privados privilegiados: “O mundo mostrado pelos *mass media* é uma esfera pública apenas na aparência” (Habermas, 1989: 171). A atenção crescente dada a casos de «interesse humano» estimula o “relaxamento em vez do uso público da razão” (Habermas, 1989: 170), a utilização de casos individuais do homem da rua ou das «estrelas»

obscurece a atenção por assuntos verdadeiramente públicos. A dependência do negócio da publicidade (*advertising*) permite que os interesses privados de certos participantes entrem na esfera pública e transformou a própria comunicação política de acordo com os seus princípios. Mais, é também o próprio carácter privado da propriedade dos *media* que ameaça as funções críticas das instituições públicas, num modelo de negócio que os sujeita a pressões de interesses privados (Habermas, 1989: 188).

Muitos autores, posteriores a Habermas, têm igualmente uma visão negativa do papel dos *media*, sobretudo os comerciais e de grande escala, considerando que estes são um dos factores de declínio da esfera pública (Wolton, 2008). “Os *media* são hoje, provavelmente, a instituição chave da esfera pública, e a «qualidade» desta dependerá da sua qualidade. Levadas ao extremo, certas tendências estruturais dos *media*, como a concentração, a comercialização e a globalização, são prejudiciais para a esfera pública” (McQuail, 2003: 502). Segundo estas perspectivas, o problema não estará na natureza dos órgãos de comunicação social, mas sim na sua organização, já que poderão providenciar uma arena de debate público, quando estruturados de forma adequada, livres e diversificados. Há assim quem defenda um potencial de benefício dos *media* para a esfera pública, considerando que os *media* podem actuar como o garante (fiador) do debate público (Hitchens, 2006), já que, como disseminadores públicos de informação, os *media* criam uma esfera simbólica, unificando as audiências: ao oferecer formas a diferentes grupos sociais e culturais de se definirem e identificarem, facilitam a opinião pública (Nieminen e Trappel, 2010).

Contudo, a concepção de Habermas sobre os *media*, a quem ele acusa de terem “refeudalizado a esfera pública” (1989: 195), e o seu papel na esfera pública actual, sofreram também uma transformação, desde a obra inicial, em que eram perspectivados negativamente, até outras publicações onde ele assume que podem cumprir a função de publicitar assuntos debatidos nas esferas públicas assim como facultar o acesso a estas últimas (Silva, 2002). Por outro lado, mesmo sendo os *media* essenciais hoje em dia à materialização da esfera pública, esta “não é apenas os *media* ou os lugares sócio-espaciais da interacção pública. É o repositório cultural/informacional de ideias e projectos que alimentam o debate público” (Castells, 2008: 79). Uma espécie de depósito que se constitui em rede, mais do que como espaço unificado. Depois de ter defendido inicialmente a existência de uma única esfera pública universal,

Habermas equacionará mais tarde ainda uma multiplicidade de esferas públicas, de diferente implantação sectorial e mesmo geográfica, permeáveis umas às outras e formando, no final, uma esfera pública global em forma de consciência colectiva (Silva, 2002).

5.1.2. Esfera(s) pública(s) e sociedade democráticas contemporâneas

A ideia de múltiplas esferas públicas interconectadas (contra a ideia da fragmentação e espartilhamento da esfera pública) como base para uma contínua deliberação tem sido explorada por outros autores, nomeadamente por Fraser (1992), Thomass (2010) ou por Dahlgren (2005). Para Blumler e Coleman (2010: 144), “não é mais possível basear-se na noção de uma esfera pública singular, dominada por códigos padronizados de civilidade, o que resulta em interpretações e actuações plurais de cidadania”. Dahlgren (2005) defende igualmente serem necessários diversos espaços para acomodar cidadãos de diferentes grupos e culturas, que se juntem em torno de uma língua ou de um registo, e onde a participação possa ter significado. Por isso também, uma crítica levantada à conceptualização de Habermas diz respeito à alegada neutralidade da esfera pública. A literatura tem focado a necessidade de a conceber como um espaço habitado por lutas ideológicas pela definição das categorias pelas quais a sociedade é perspectivada e analisada (Verstraeten, 1996).

O facto de Habermas ter colocado como ideal de esfera pública o modelo burguês, que descreve como tendo tido lugar no século XIX, e assumir desde então um processo de declínio tem sido ainda um dos principais factores de contestação, com vários autores a questionar a existência histórica de tal esfera pública ou a questionar a sua idealização, dada a exclusão, por exemplo, de mulheres (Fraser, 1992; Garnham, 1992). Contudo, o trabalho de Habermas conseguiu providenciar um normativo de esfera pública e um quadro conceptual que permite situar o pensamento em termos dos recursos materiais que a esfera pública deve ter e em termos da relação indissociável entre as instituições e práticas da comunicação pública (onde se incluem os meios de massa) e os processos e estrutura política (Garnham, 1992).

Outras principais críticas a esta configuração histórica da esfera pública burguesa proposta por Habermas apontam para uma frequência constituída apenas pela elite – homens, educados e proprietários, excluindo pobres e mulheres, em discussão de assuntos do seu interesse que

poderiam ser até prejudiciais para os excluídos. A expansão contínua desta esfera pública, de forma a incluir mais participantes (ou organizações sociais de grande escala que actuaram como mediadores), terá levado Habermas a assinalar uma diminuição da qualidade do discurso, mas será impossível hoje em dia voltar aos tempos da esfera elitista (Calhoun, 1992). “As interferências do estado na esfera privada desde o final do último século [XIX] mostram que as massas, agora com direito à participação política, conseguiram traduzir antagonismos económicos em conflitos políticos” (Habermas, 1989: 146).

Mas, também para Dahlgren (2005), as ambiguidades do trabalho de Habermas não obscurecem o facto de o conceito permanecer apelativo para os comprometidos com as sociedades democráticas. Este autor distingue três dimensões no conceito: estrutural (que diz respeito às características das instituições formais), representacional (que tem a ver com os conteúdos mediáticos) e a interaccional (que se aplica às interacções cívicas entre cidadãos e aos encontros dos cidadãos com os *media*). Tal como muitos autores referem a propósito da influência entre o pluralismo externo e o interno (ver discussão no ponto 2.2.), também Dahlgren (2005: 149) considera que “uma sociedade em que as tendências democráticas são fracas, não vai dar lugar à emergência de estruturas institucionais saudáveis para a esfera pública, o que por sua vez significa que a dimensão representacional será inadequada”.

A esfera pública é, assim, considerada por muitos como essencial às democracias modernas (Silveirinha, 2010), porque estabelece e organiza a relação entre a sociedade civil e o Estado. “Sem uma sociedade civil eficiente capaz de estruturar e canalizar os debates dos cidadãos sobre ideias diversas e interesses conflituosos, o Estado afasta-se dos seus sujeitos” (Castells, 2008: 78), reduzindo a interacção entre o Estado e os cidadãos aos períodos eleitorais, muito marcados por estratégias de marketing e pela proeminência de grupos de interesses especializados. Por isso mesmo, a esfera pública deve ser um espaço independente dos interesses comerciais ou mesmo estatais e onde a igualdade dos participantes é assegurada. Da discussão gizada nestes pressupostos deve emergir uma opinião pública esclarecida que possa guiar o exercício do poder. Esta conceptualização da esfera pública resulta na obrigatória presença dos cidadãos como produtores também de opinião e discussão, sendo que é um espaço onde se realiza um combate contínuo sobre a legitimidade das definições e categorias dos temas que são alvo de atenção e discussão pública (Verstraeten, 1996).

5.2. Opinião pública na esfera pública

O conceito de opinião pública surge intrinsecamente ligado ao da esfera pública no pensamento de Habermas, já que, se a esfera pública é lugar da medição entre o Estado e a sociedade, a opinião pública é o seu veículo (1989: 31). Para ser pública no século XIX, a opinião deveria revestir-se dos mesmos critérios da constituição da esfera pública burguesa: resultar do debate crítico-racional. Mesmo sendo o interesse de classe (dos proprietários educados) a base da opinião pública, esse deveria ser igualmente “congruente com o interesse geral, pelo menos na medida em que essa opinião pode ser considerada pública, emergindo do debate crítico do público e, conseqüentemente racional” (Habermas, 1989: 87).

Esteves (2003: 198) assinala que, nessa época, a opinião pública tinha como função política a exigência de legitimidade imposta ao poder político, “que se pretende ver repercutida não apenas na forma de organização e funcionamento do Estado, mas também ao nível das relações sociais em geral”, e mais tarde também passando a colocar ainda “a exigência de participação no exercício no poder”. Este modelo liberal de opinião pública, que não sobreviveu às profundas mutações sociais do fim do século XIX (com a generalização da luta de classes, intensificação da vida urbana e industrialização), deu lugar à existência de massas, marcadas por redes de sociabilidade “frouxas, distantes, superficiais e burocratizadas” (Esteves, 2003: 213), que vivem organizadas por um estado social. “Formalmente, a opinião pública continua a desempenhar uma função de legitimação do poder, mas em consequência das mudanças sociais referidas o seu exercício torna-se agora mais irregular” (Esteves, 2003: 219) e, muitas vezes, funciona apenas como uma instância de retórica usada pelo Estado ou outras entidades sociais para legitimação própria.

Uma consequência em termos da participação política de cidadãos é a sua mediatização por parte do Estado: deixa de ser directa e passa a ser mediada por partidos políticos, obedecendo a formas de “raciocínios estereotipados e formas de comportamento padronizadas” (Esteves, 2003: 222), e assume ainda uma estreita ligação com os *media* que, organizados segundo um modelo empresarial, maximizam audiências e minimizam questões políticas. Assim, também, e na sociedade contemporânea, Habermas situa a opinião pública numa relação entre as organizações da sociedade e o Estado: uma opinião é pública “na medida em que emerge da esfera pública intraorganizacional constituída pelo público dos membros das organizações e

quanto mais a esfera pública intraorganizacional comunicar com uma esfera externa formada no intercâmbio público, via *mass media*, entre organizações sociais e instituições estatais” (1989: 248).

McQuail (2003: 507-508) considera a opinião pública como sendo constituída pelos “pontos de vista colectivos de parte do conjunto geral de cidadãos livres de uma dada sociedade ou espaço geográfico mais reduzido”, mas relembra que “nenhuma afirmação sem uma clara definição sobre o que se entende por opinião pública é desprovida de ambiguidade ou inquestionável”. A aferição desses pontos de vista de uma dada população tem passado crescentemente por medições numéricas, com recurso à estatística através de sondagens e estudos de opinião. A parte da população a que dirá respeito é “por vezes, considerada como maioria numérica, medida por sondagens, mas tal sobrevaloriza a capacidades dos instrumentos de medida e impede questionar o ponto essencial de as opiniões serem sempre diversas, dinâmicas e variáveis em força” (McQuail, 2003: 507).

A denúncia da sobrevalorização dos instrumentos de medida como sondagens e estudos de opinião na representação da opinião pública tem sido também feita por sociólogos, nomeadamente Bourdieu (2003) e Champagne (2000). Num texto provocatório intitulado *A Opinião Pública não existe*, publicado originalmente em 1973, Bourdieu (2003) desmonta alguns pressupostos das sondagens de opinião, questionando não a fiabilidade dos instrumentos de medida, mas o facto de assumirem condições de base que nem sempre se verificam. O sociólogo francês afirma assim que, em primeiro lugar, nem toda a gente tem competência para produzir opinião, que nem todas as opiniões valem o mesmo e que, finalmente, os estudos de opinião implicam a existência de um acordo ou consenso não existente “sobre as questões que merecem ser postas” (Bourdieu, 2003: 233). Assim sendo, explica Bourdieu (2003: 235) as representações propostas por sondagens constroem um “artefacto puro e simples cuja função é dissimular que o estado da opinião num momento dado do tempo é um sistema de forças, de tensões e que não há nada mais inadequado para representar o estado da opinião que uma percentagem”. O resultado é a usurpação destes valores por parte do poder político para auto-justificar medidas, uma legitimação em causa própria também referida por Esteves (2003).

Champagne vai mais longe, defendendo que “a defesa da democracia deverá estar ao lado da crítica científica às sondagens políticas e não do lado daqueles que as invocam

permanentemente como princípio legitimador supremo e como regulador da prática da vida política” (2000: 23) e que “a sondagem política não pode ser equiparada a nenhuma forma de democracia directa, já que lhe falta o essencial para que possamos falar em democracia, isto é, o debate preliminar e o envolvimento dos cidadãos” (2000: 32). As sondagens retiram tempo e espaço à prática política, essencial para o exercício da democracia, tornando os cidadãos árbitros de um jogo que não favorece a gestão da coisa pública, esta pressupondo “reflexão, trabalho em comissões, mobilização de competências” (Champagne, 2000: 25). Por outro lado, o problema das sondagens de opinião reside também, tal como tinha enunciado Bourdieu, em avançar no terreno “sem se assegurar que o conjunto da população está em condições de responder ou se é pertinente interrogá-la” (Champagne, 2000: 30).

Para além dos problemas que têm sido apontados às sondagens, também os *media* têm sido expostos a alguma crítica no que diz respeito à possibilidade de espelharem a chamada opinião pública. “Se é evidente que a opinião pública não se resume aos resultados das sondagens, também não se reduz às análises que são feitas, hoje em dia, pelos inquiridores e pelos jornalistas” (Rieffel, 2003: 35). É claro que os *media*, não sendo o único espaço de manifestação da opinião pública, têm um papel neste terreno: “Mesmo que muitos agentes governamentais pensem que os *media* não são muitas vezes indicadores válidos da opinião pública, os *media* providenciam de facto uma indicação muito mais rápida dos assuntos mais salientes do dia do que sondagens cuidadosamente construídas” (McCombs et al., 1991: 101).

Ainda que o conceito de opinião pública, e a função que lhe está adstrita no seio das sociedades democráticas na relação com os *media*, seja ainda alvo de debate académico, existem já obras de referência como a de Lippmann (1997), publicada originalmente em 1922. Nesse trabalho, o autor estruturou algumas noções essenciais neste campo, nomeadamente chamando a atenção para o papel das notícias dos *media* na formação da opinião pública. Situando a questão no facto de as pessoas não terem conhecimento próprio e próximo de grande parte dos assuntos de natureza política, Lippmann explica: “O mundo com o qual temos de lidar está politicamente fora do nosso alcance, fora da nossa vista, fora da nossa mente. Tem que ser explorado, relatado e imaginado”; ou seja, esse mundo é representado nas pessoas por imagens mentais que dizem respeito a “si próprias, aos outros, às suas necessidades, objectivos e relações, são a sua opinião pública” (Lippmann, 1997: 18). O problema é que essas imagens são muitas vezes

enganadoras e os sistemas democráticos apoiam-se nos *media* para mostrar os “factos não vistos”; assim, “uma análise da natureza das notícias e da base económica do jornalismo parece demonstrar que os jornais necessária e inevitavelmente reflectem, e por isso em certa medida intensificam, a organização defeituosa da opinião pública” (Lippmann, 1997: 19).

Realçando o carácter ainda actual da análise proposta por Lippmann, McCombs *et al.* (1991) demarcam-se, contudo, de teorias que atribuem um papel determinista aos *media* na formação da opinião pública, mas consideram – como vimos no capítulo anterior – o seu efeito na marcação da agenda como o mais relevante. “Assuntos proeminentes nas agendas noticiosas são percebidos pelo público como importantes e, ao longo do tempo, frequentemente se tornam assuntos prioritários na agenda pública” (McCombs, *et al.*, 1991: 7), num efeito que diz respeito apenas à saliência atribuída ao assunto em causa, mas não na distribuição de opiniões sobre o mesmo.

Esse efeito é, para outros autores, mais pernicioso do que benéfico, já que os *media*, ao decidirem que assuntos merecem atenção pública, estão a produzir o efeito de fechamento simbólico do espaço público, impondo uma determinada visão do acontecimento e delimitando o debate democrático (Rieffel, 2003: 41). O efeito desta actuação dos *media* é a promoção do conformismo que Nöelle-Neuman (2002: 157) chama de “espiral do silêncio”, teoria segundo a qual os indivíduos, que temem o isolamento em sociedade, adoptam a opinião que possa ser expressa em público sem risco de sanções, sendo essa normalmente a que é divulgada nos *media*, a principal fonte de referência, que constituem assim o meio envolvente cuja pressão origina a submissão ou o silêncio: “Os efeitos dos meios de comunicação consistem, basicamente, em formar as concepções da opinião pública e os climas de opinião, e estas noções, quanto às grandes tendências presentes no meio social”.

Rieffel (2003) rejeita esta visão determinista dos *media*, relativizando a influência dos *media* em função das relações interpessoais dos indivíduos e salientando que a autonomia dos cidadãos pode permitir, em determinadas circunstâncias, distanciamento face aos relatos oficiais (políticos ou mediáticos). Ou seja, a importância dos *media* não significa uma fatalidade na construção da opinião pública. McQuail (2003) destaca ainda outras perspectivas de análise que relevam a existência de grupos alternativos de referência que ainda permaneçam vivos e activos na vida

social, potenciadores da defesa de pontos de vista minoritários e desviantes, e a existência de minorias barulhentas capazes de influenciar a mudança social.

Esta discussão acaba por se inscrever na nossa proposta de divergência conceptual, apresentada no capítulo 2, e que diz respeito às noções de pluralismo e diversidade. De facto, será a garantia da diversidade no espaço público (ou seja, o acesso de grupos alternativos, pontos de vista minoritários ou desviantes, minorias barulhentas) que pode assegurar uma abertura do espaço comunicacional, que favorece o debate democrático defendido por Champagne (2000), contra o fechamento simbólico da opinião pública. A circunscrição da opinião pública pelos *media* pode ser limitativa ou defeituosa nas palavras de Lippmann (1997) se se limitar a dar uma visão pluralística que reproduz instâncias e poderes estabelecidos. A presença de minorias e alternativas, numa expressão da diversidade, assegura um poder comunicacional distribuído e aberto, que favorece o debate público e a deliberação.

5.3. Democracia e deliberação

A opinião pública, como uma posição comum partilhada e submetida ao conhecimento e juízo de todos, tal como defendida por Habermas (1989) ou Champagne (2000), pressupõe um debate anterior esclarecedor e inclusivo de várias perspectivas. Assim, à assunção da esfera pública, a partir de uma perspectiva normativa, subjaz um modelo político deliberativo, que exige a participação dos cidadãos num diálogo, do qual sairá uma acção ou intervenção que não é apenas a vontade de uma maioria simples. “A teoria da discussão habermasiana pressupõe uma rede de processos comunicativos, tanto dentro como fora do complexo parlamentar e dos seus corpos deliberativos, que sustenta a existência de palcos dialogicamente discursivos em que ocorre a formação da vontade e da opinião democráticas. A noção de que a comunicação via linguagem origina e legitima práticas democráticas é, pensamos, aqui evidente” (Silva, 2002: 151).

O carácter esclarecedor da comunicação está presente mesmo em momentos íntimos. Os indivíduos “formaram a esfera pública do debate crítico-racional no mundo das Letras dentro do qual a subjectividade originada na interioridade da família conjugal, comunicando consigo mesma, atingiu o esclarecimento sobre si própria” (Habermas, 1989: 51). Esta fase da

comunicação antecede o debate racional: “A partir do momento que os indivíduos ‘privatizados’ na sua condição de seres humanos deixaram de comunicar apenas sobre a sua subjectividade, e, na sua condição de proprietários, desejaram influenciar o poder público no seu interesse comum, a humanidade da esfera pública literária serviu para aumentar a eficácia da esfera pública no governo político” (Habermas, 1989: 56). A opinião pública qualificada configura assim “um espaço de comunicação alargado: a comunicação agonística, através da qual os indivíduos fazem uso público da razão, com a publicitação das suas ideias e defesa argumentativa das suas posições (Esteves, 2003: 203).

A comunicação é discursiva, envolvendo argumentos, objecções e críticas, sendo este o primeiro postulado deste modelo deliberativo. Outra condição *sine qua non* é que todos devem ser aceites, não podendo ninguém ser excluído de forma legítima. As deliberações devem resultar de um processo sem pressões externas (de outras formas de poder) e onde não há também coerção interna, já que está garantida a igualdade de participação, o direito a todos serem ouvidos, num diálogo onde é livre a introdução de temas e a crítica às propostas dos outros. A prática comunicacional, argumenta Esteves (2003: 204), obedece assim a três critérios: “o não fechamento público”, “o não fechamento temático das discussões” e a “paridade na argumentação”. Esta concepção “reenvia à noção essencial de esfera pública” (Silva, 2002: 155), de onde deverá emergir o “poder do melhor argumento” (Habermas, 1989: 54) para a questão em causa.

Contudo, para alguns autores, este ideal deliberativo pode não ser concretizável. Sunstein (2008) assinala, por exemplo, que a discussão em grupo pode levar à polarização e a tornar mais extremas posições, criando assim divergências irreconciliáveis. Se as pessoas se agrupam em formações onde impera o mesmo tipo de pensamento, então a deliberação interna terá como resultado uma maior homogeneização desse grupo e uma maior clivagem face a pensamentos opostos. A explicação reside em factores como o reforço da opinião, por via das posições maioritárias, e a necessidade que o indivíduo tem de ser percebido pelos outros de forma favorável.

O que não significa que o ideal de deliberação pública não tenha também defensores (Bohman, 1996), apesar da complexidade e pluralismo das sociedades actuais, em termos de valores e interesses. O público diz respeito à forma como é feita a deliberação (em público), mas também

ao tipo de razões que são apresentadas na deliberação, numa actividade caracterizada como cooperativa. “No caso do pluralismo cultural, (...) a diversidade pode mesmo melhorar o uso público da razão e tornar a vida democrática mais vívida” (Bohman, 1996: 72), providenciando interpretações alternativas. A esfera pública, entendida como um processo e não uma estrutura, é assim a principal fonte de inovação e aprendizagem nas democracias deliberativas, constituída por cidadãos actuando em contexto de equidade. Uma concepção de política que minimize o compromisso cívico irá “falhar os benefícios da deliberação pública”, sendo que “a discussão sobre o potencial de mudança de percepções de interesses, preferências e valores é um requisito normativo fundamental da democracia” (Blumler e Coleman, 2010: 146).

5.3.1. Novas modalidades de participação política

O modelo deliberativo democrático assenta na noção da participação. “A democracia, por causa da sua preocupação com a inclusão de pessoas no processo político de tomada de decisão, é um dos locais-chave da articulação do conceito de participação” (Carpentier, 2011). É claro que este conceito é vasto e compreende uma série de definições, debatidas e exploradas, no âmbito da ciência e filosofia política, que apontam para um leque que vai de uma concepção minimalista (quase reduzida ao momento do voto num processo de representação unidireccional) a uma dimensão maximalista (que representa a política para lá das formas institucionalizadas num processo multidireccional e heterogéneo). Também Martins (2004: 41) refere concepções mais radicais de participação, “entendida como instrumento da realização plena do cidadão na comunidade social e política”, e outras mais moderadas que apenas antevêm concretizações a níveis como “o referendo, a dinamização das pequenas comunidades, o governo local e a descentralização política e administrativa”.

A participação política surge assim como um fenómeno complexo, de carácter multidimensional, cujo eixo central de análise varia em função da concepção de democracia, mas que tende a manter como horizonte o influenciar da tomada de decisões de natureza política; a democracia é aqui o enquadramento central já que nenhuma reflexão sobre este regime pode ignorar as matérias da participação dos cidadãos no processo político, mais formal ou com contornos menos institucionais (Martins, 2004). Contudo, a assunção de base de que o regime exige um público com alto nível de informação política e sofisticação, numa espécie de “super-cidadão”,

não encontra paralelo na realidade. Isso não significa que os cidadãos não tenham interesse nos assuntos políticos nem sejam capazes de tomar decisões racionais nessa matéria. Mais importante é assim considerar a diversidade de comportamentos e atitudes existentes face à política, numa dada sociedade, constituída por pessoas que funcionam com base em diversos critérios e motivações (Dalton, 2008).

As contribuições mais recentes para o debate da expressão da participação tendem a alargar o conceito, ultrapassando a política institucionalizada, mas ainda lembrando que o seu objectivo é influenciá-la (Carpentier, 2011). No âmbito da democracia deliberativa, o *locus* da participação acontece na comunicação, já que este conceito nos remete para uma tomada de decisão que resulta da discussão entre cidadãos livres e iguais, no âmbito da esfera pública (materializada ou apenas uma concepção normativa processual). É claro que a igualdade entre cidadãos será mais idealizada que materialmente verificada, já que alguns estudos sobre a demografia da participação assinalam que esta é sobretudo mais regular em indivíduos do sexo masculino com elevados recursos, em termos de tempo, dinheiro e competências (Couldry *et al.*, 2010) e que a participação tende a deixar formas colectivas perenes (como filiação partidárias, organizações sociais ou cívicas) para se tornar uma actividade mais individual (Pole, 2010) ou de agregação momentânea por causas específicas.

Existe ainda uma crescente literatura registando as preocupações dos principais organismos internacionais sobre o alheamento e distanciamento dos cidadãos face à política, medidos nomeadamente por elevadas taxas de abstenção (que podem ultrapassar os 50%) nos actos eleitorais e também pelo facto de os cidadãos se afastarem das formas colectivas institucionais de fazer política. Algo que Putnam (1995) associa às transformações estruturais do “capital social” dos cidadãos, cujas relações interpessoais são essenciais para compreender as formas de participação e o declínio de confiança nas instituições políticas democráticas. Ou seja, o compromisso cívico e a confiança interpessoal contribuem para a confiança social em geral, consequentemente, para a confiança política.

O alargamento do conceito de participação a esferas fora do sistema político tradicional permite dar conta de uma multiplicidade de acções que os cidadãos podem empreender, até no mais íntimo dos locais como a sua própria casa, num sentido lato de participação política que ultrapassa a formalização institucional. É que a apatia política ostensiva e a desfiliação face ao

sistema político estabelecido não significa necessariamente um desinteresse pela política (Dahlgren, 2005). Nem só de votos ou filiações partidárias se faz a participação política. A participação política via associativismo tem sido também motivo de estudo, sobretudo pelo facto de os novos movimentos sociais, mais virados para a intervenção cívica, estarem a crescer nas sociedades ocidentais. Num trabalho publicado em 2009, Viegas e Santos assinalavam que não eram ainda identificados sinais desse aumento; contudo, várias manifestações em Portugal em 2011 e 2012 podem indiciar alguma mudança nesse sentido. Existe por parte dos cidadãos uma vontade de ver melhores canais para essa participação na vida política – ao mesmo tempo que cresceu uma insatisfação generalizada com o funcionamento da democracia e com o desempenho da função representativa por parte dos eleitos (Dalton, 2008; Freire e Meirinho, 2009). “As pessoas estão, hoje em dia, mais conscientes dos seus direitos políticos e mais exigentes no seu individualismo”, num novo estilo de cidadania que “encoraja a diversidade de interesses políticos, escolhas de voto instrumentais e flexíveis e estilos directos de acção política” (Dalton, 2008: 254-255).

Neste sentido, a investigação científica têm analisado a possibilidade de os novos *media* permitirem um aumento da participação pública em instituições democráticas como os parlamentos, desde que se alterem as atitudes dos políticos face ao público e consequentemente deste face aos políticos. Cunha e Seiceira (2009) analisaram, por exemplo, as práticas de utilização das novas tecnologias de informação e comunicação por parte dos deputados portugueses, realçando que a tarefa mais comum é a procura de informação, seguida da partilha de informação. No entanto, o desenvolvimento de formas de interacção mais deliberativa, nomeadamente através da criação de blogues, é mais incipiente ainda que em crescimento (sete parlamentares em 2005, contra 14 em 2007). Apesar da amplificação da utilização das TIC, ficou assim por demonstrar a promoção de formas de participação política mais inclusivas promovidas por políticos profissionais e actores institucionais.

5.4. Conclusões

Desde a primeira configuração da esfera pública – tal como a descreveu Habermas como correspondendo aos cafés ou às sociedades de debate do século XIX – até aos desenvolvimentos subsequentes que incluem a incorporação dos *mass media*, muitos espaços a integraram. O debate sobre esta questão, enquadrada na perspectiva da definição das condições necessárias à formação e manutenção de uma democracia saudável, conseguiu trazer à reflexão dimensões de análise essenciais. Assim, em primeiro lugar, e na sequência da descrição de Habermas sobre a constituição do público, surgem como vectores pré-condicionantes as condições sócio-económicas dos participantes na esfera pública. A universalidade da participação só surge, no pensamento habermasiano, numa fase posterior à exclusão de, por exemplo, mulheres ou pessoas não-proprietárias. A reflexão sobre esta dimensão permite des-centrar a análise da esfera pública do próprio espaço onde ela se materializa e considerar as condições sociais mais alargadas de condicionamento da participação. Por exemplo, o debate da participação na vida política pública no contexto das sociedades actuais mostra igualmente que não se pode deixar de analisar o perfil sócio-económico das pessoas empenhadas nesse domínio.

Mesmo questionada a idealização da esfera pública, tal como proposta por Habermas (1989), muitos autores posteriores mantiveram como válidos os seus pressupostos de funcionamento, no sentido de providenciar uma arena onde o jogo democrático possa cumprir os desígnios de uma sociedade justa. O ideal da esfera pública pede assim uma integração social assente no discurso crítico-racional, sendo que a integração é baseada na comunicação, e não na dominação (Calhoun, 1992). A esfera pública deve possibilitar a apresentação das diferentes alternativas relativamente à matéria em discussão, em que o objectivo primeiro é sistemática e criticamente verificar as políticas governamentais.

Só nessas condições poderá surgir uma opinião pública informada e capaz de debater e intervir nos processos políticos de tomada de decisão. As características das sociedades democráticas actuais, onde a mediação da informação e discussão dos processos políticos é a norma, trouxeram para o debate um conjunto de preocupações relacionado com as possibilidades de manipulação da opinião pública. Desde Lippmann (1997) a Habermas (1989), passando ainda por nomes como Wolton (2008), muitos autores assinalaram a falência dos *media mainstream* em constituírem-se o lugar da esfera pública, idealizada no pressuposto de servir a democracia.

O privilégio dado a interesses privados sobre a prioridade a assuntos de interesse colectivo, assim como a presença predominante das elites próximas do poder, minam o princípio do acesso universal, assim como não dão lugar à defesa do interesse público.

Deste modo, os valores do pluralismo e da diversidade são postos em causa, já que nem todas as organizações sociais ou todas as perspectivas e vozes de uma dada sociedade têm igual oportunidade de acesso. A defesa destes princípios, como está expressa nomeadamente em documentos de organismos internacionais, tem levado muitas organizações mediáticas e associações profissionais (nomeadamente, de jornalistas), a definir princípios de acção. Contudo, nem sempre as consequências se traduzem, tal como exposto na secção 5.1.1. e 5.2., na expressão do pluralismo e da diversidade – o que acarreta riscos em termos do fechamento da opinião pública.

Essa é uma das razões que levam os investigadores a perspectivar as oportunidades trazidas pela Internet como potenciadoras de uma nova esfera pública, onde os seus pressupostos de funcionamento possam ser assegurados de uma forma mais cabal. A constituição da esfera pública digital poderá assim constituir um momento de afirmação de um novo processo de formação da opinião pública, através de uma deliberação plural e diversa, onde a participação política seja fomentada.

6. A nova configuração digital da esfera pública

«As grandes mutações científicas podem talvez ler-se, por vezes, enquanto consequências de uma descoberta, mas podem ler-se também enquanto aparecimento de novas formas da vontade de verdade.»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

O trabalho pioneiro de Habermas em matéria de esfera pública não foi, como vimos, isento de críticas dos mais diversos quadrantes (Verstraeten, 1996; Garnham, 1992). Dúvidas sobre a conceptualização histórica da esfera pública que não impediram, contudo, que o conceito se afirmasse como um instrumento operacional na discussão sobre formas de participação política. Neste debate, as novas tecnologias de informação e comunicação constituem um desafio constante. Poderá, nomeadamente, a Internet promover a esfera pública? Ou a fragmentação e dispersão da informação nela apresentada impedem a sua concepção como um espaço onde os interesses de natureza colectiva são efectivamente discutidos e acomodados?

Assim, o papel da Internet, e deste ciberespaço que proporciona, é um dos principais temas que marca a perspectiva de uma reconfiguração da esfera pública – ideal ou realizada. “Temos que reconhecer que o tema da Internet e da esfera pública tem um espaço permanente nas agendas de investigação e no questionamento intelectual do futuro próximo” (Dahlgren, 2005: 148). Existe uma literatura crescente que tenta explorar de que forma pode a Internet promover uma esfera pública, influenciando, nomeadamente, o nível e os estilos de participação política. Em causa, estão principalmente as potencialidades técnicas que poderão levar à emergência de novos paradigmas democráticos, contribuindo para uma nova legitimação dos processos políticos (Thomass, 2010).

6.1. Potencialidades e fragilidades da esfera pública digital

Vários autores analisaram as potencialidades da Internet na promoção de uma configuração democrática da esfera pública (Papacharissi, 2002; Dahlgren, 2005 e 2006; Baker, 2007; Nieminen e Trappel, 2010), no sentido em que facilita o acesso à participação. Polat (2005), por exemplo, assinala três níveis na relação entre a Internet e a participação política: a Internet como nova fonte de informação, como um novo meio de comunicação e como uma esfera pública virtual. Esta relação, refere, justifica a importância da Internet nos estudos de comunicação política assim como nos da esfera pública.

Os novos *media*, com particular acento na Internet, modificaram assim as formas tradicionais de comunicação política, levando a um controlo menos apertado por parte dos políticos sobre a agenda política, forçando uma atitude mais defensiva que pró-activa no seu papel de *agenda-setting* (Gurevitch *et al.*, 2009). Se, por um lado, os governos e outros actores políticos são forçados pela proliferação de *sites*, blogues e redes online (que monitoram, escrutinam e criticam as mensagens políticas) a lidar com maiores espaços de mediação (Blumler e Coleman, 2010), por outro lado, também os *mass media* “com a sua organização centralizada, *gatekeepers* de elite e relações estabelecidas com as organizações do poder” perderam o monopólio da comunicação pública (Couldry *et al.*, 2010: 37). A Internet providencia ainda de forma mais óbvia uma contribuição para a esfera pública, garantindo “uma expansão em termos dos espaços comunicativos disponíveis para a política, assim como o espectro ideológico, comparado com os *mass media*”, uma pluralização que estruturalmente estende mas também dispersa a relativamente concentrada esfera pública dos meios de comunicação de massas (Dahlgren, 2005: 152).

Novas potencialidades de informação e novas formas de interpretação dos acontecimentos estão assim disponíveis para uma cidadania mais activa e participativa, que pode ainda usar a Internet para a mobilização social em torno de causas cívicas. Enquanto espaço aberto e de livre acesso, a Internet pode desta forma potenciar a participação política dos cidadãos e constituir-se como um fórum de discussão e debate político. Dahlberg (1998) expõe alguns argumentos apresentados por hostes mais optimistas nestas matérias, nomeadamente o facto de permitir que todos os cidadãos sejam ouvidos em igualdade de circunstâncias e que estes sejam mais informados. Por estas e outras razões, o ciberespaço tem sido considerado como a plataforma

tecnológica que facilita o ideal de uma esfera pública, providenciando o espaço para a interacção de cidadãos que, deliberando livremente sobre assuntos de interesse mútuo, podem influenciar o governo dos assuntos públicos.

A Internet cumpre, enquanto potencial espaço de esfera pública, os pressupostos da liberdade de participação (uma vez que os custos de entrada são praticamente nulos) de todos os cidadãos e não apenas dos profissionais (sejam do jornalismo ou da opinião) que colonizam os *mass media*. Por isso mesmo, a Internet pode constituir-se como uma importante ferramenta democrática. Permite que novas práticas e instituições sejam reestruturadas e que os indivíduos, enquanto tal, possam afectar o debate público – não os limitando à pertença a um qualquer grupo social organizado (ex. partido político) para ter uma voz participativa nos interesses do Estado. Barreiras geográficas e, em última instância, até as desigualdades sócio-económicas podem ser ultrapassadas, ou melhor, apagadas por esta nova tecnologia. O activismo cívico pode ganhar nova força, com benefícios para as democracias. Os media, e sobretudo os novos media, possibilitam que pessoas desconhecidas se relacionem entre si, o que permite “a organização de indivíduos com objectivos comuns, embora partilhando espaços territoriais diversos” pela geração de novas formas espaciais que não precisam de ter “correspondência com locais físicos específicos” (Cardoso, 2006: 404).

Alguns autores consideram que o conceito de democracia deliberativa, mesmo importante, não é suficiente para compreender o impacto democrático do debate político nas discussões online. Dahlgren (2005) assinala que o debate nos fóruns providenciados pela Internet demonstra, muitas vezes, uma natureza que não exhibe os padrões elevados racionalistas e críticos descritos por Habermas. E o centramento nessas características não reconhece, por outro lado, outros modos comunicativos também importantes para a democracia, como o afectivo, poético, humorístico ou irónico. Assim, mesmo não estando destinados a produzir consensos, como na função argumentativa, estes modos, que representam relações de poder desiguais, são igualmente importantes em democracia porque também tentam afectar a política, as tomadas de decisão e a opinião pública. Para explicar a razão pela qual os cidadãos participam, Dahlgren (2005, 2006) propõe o termo de cultura cívica, que não pressupõe homogeneidade entre os cidadãos, assumindo antes que existem muitas formas de incorporar a democracia e a cidadania

– construindo identidades, partilhando conhecimentos e experiências, que podem levar ao questionamento, à contestação e ao conflito político.

O advento da Internet pôs ainda em relevo um novo conceito e uma nova dinâmica: a interactividade. A primeira concepção do termo era ainda muito tecnológica e dizia respeito à capacidade de interagir com o computador ou com os conteúdos, mas o conceito foi crescendo de forma a incorporar formas de interacção com as instituições políticas formais (e-democracia, e-governo, voto electrónico, etc.) e, mais tarde, a interactividade entre diferentes utilizadores de forma a construir uma rede deliberativa horizontal, complexa e multidireccional (Carpentier, 2011). A discussão tentou não perder de vista a necessidade de essa deliberação interactiva influenciar, de facto, o desenvolvimento de políticas, com a investigação académica a centrar-se na apropriação do espaço deliberativo online pelo conceito de públicos alternativos e contestatários.

A interactividade proporcionada pela Internet permite uma experiência nova ao utilizador em que ele pode participar e modificar as formas e conteúdos dos *media* em tempo real (Cardoso, 2009b). A Internet, enquanto rede interactiva, permite a integração de vários modos de comunicação e facilita a formação de “laços fracos com estranhos, num padrão igualitário de interacção, onde as características sociais influenciam menos os constrangimentos, ou mesmo os bloqueios no processo comunicativo”, podendo “contribuir para expandir os vínculos sociais numa sociedade que parece estar em processo de rápida individualização e desresponsabilização cívica” (Castells, 2005: 470).

A Internet é uma nova plataforma que permite aos cidadãos usar o seu poder discursivo ao expressarem as suas opiniões, tornando-se parte dos processos de tomada de decisão ou resistindo-lhes. O conceito de poder é também central nesta análise (Carpentier, 2011), já que o acesso exclusivo das elites aos *media* tradicionais é garantido através de várias restrições, às quais resistem as alternativas através dos canais proporcionados pelos novos *media*, conseguindo assim gerar intervenções e perturbar o sistema. A tecnologia digital modificou o equilíbrio do poder comunicativo reconfigurando o acesso de pessoas a serviços e conteúdos que alteraram as relações económicas e sociais, pela disponibilização de uma maior escolha sobre os conteúdos (na selecção, mas também armazenamento e recuperação) e beneficiando diferentes grupos sociais (Gurevitch *et al.*, 2009).

A questão do poder é essencial na análise desta nova esfera pública digital. Castells (2009) define-o, num modo semelhante a Foucault (1992), como a capacidade relacional (porque o poder não é detido, mas sim exercido) que permite a um actor social influenciar de forma assimétrica as decisões dos outros actores sociais de modo a que favoreçam a vontade, os interesses e os valores do primeiro. Numa sociedade em rede, em que as redes são estruturas comunicativas, o poder estabelece-se na lógica binária da inclusão/exclusão. O poder na sociedade em rede radica no poder de conectar à rede, no poder da rede, no poder em rede e no poder para criar redes. Por isso “os projectos alternativos de reprogramação da sociedade devem também passar pelas redes de comunicação a fim de transformar a consciência e as opiniões das pessoas para desafiar os poderes existentes” (Castells, 2009: 85).

Apesar do seu potencial, a Internet não garante imediatamente uma melhor democracia e não é, em si mesma, boa ou má para atingir este princípio já que, mesmo implicada nas mudanças políticas, “não determina a sua direcção” (Gurevitch *et al.*, 2009: 178). Como adianta Cardoso (2006: 410), “o problema no exercício da cidadania não são os *media*, não é a televisão, ou a Internet. O problema é o próprio sistema político, pois é a sociedade que modela os *media*”. Maior conectividade por parte dos cidadãos não é sinónimo de maior representatividade nos processos políticos de discussão e de tomada de decisão, assim como ter acesso à Internet (o que já é, em si, mesmo um factor de exclusão para quem não tem) não se traduz obrigatoriamente em maior ou melhor discussão política. “Ainda que haja vantagens indiscutíveis na comunicação online, estas não garantem instantaneamente uma esfera pública justa, representativa e igualitária” (Papacharissi, 2002: 14).

Uma das condições para que este ciberespaço se possa transformar numa esfera pública democrática, por exemplo, passa pelo desenvolvimento de relações mútuas simétricas entre os actores que falam, em que nenhum dos grupos existentes possa ter o monopólio dos meios de comunicação (Keane, 1984). Assim, é evidente que a apropriação social da tecnologia é que dita, em última instância, que tipo de mudança ela irá introduzir na sociedade (Oliveira *et al.*, 2004). E, neste caso, apesar de a Internet poder potenciar a esfera pública, introduzindo novas formas de comunicação no domínio político, isso não significa que ela irá obrigatoriamente ter esse impacto nas sociedades. Por exemplo, Thomass (2010: 123) refere que “o sistema político tem a sua própria lógica de comunicação, que tende a evitar a interactividade e a excluir as não-

elites”. Dahlberg (1998), por outro lado, explora a colonização do ciberespaço pelo capital considerando que essa situação coloca algumas ameaças aos potenciais democráticos da Internet. O autor situa essas ameaças numa eventual privatização da Internet e comercialização crescente das suas actividades, nas restrições sociais de acesso e desigualdades nas interações online que favorecem a exclusão de alguns indivíduos.

A história tem mostrado que as novas tecnologias de comunicação têm sempre sido recebidas com discursos de fervoroso apoio, baseados na crença de um mundo genericamente melhor, mais justo e democrático – apesar de até agora a história demonstrar que a tecnologia, por si só, não potencia a democracia (McChesney, 2008). A Internet foi recebida com igual retórica utópica e é essencial “determinar se a Internet e tecnologias anexas vão realmente revolucionar a esfera política ou se serão adaptadas pelo *status quo* actual, especialmente numa altura em que o público demonstra uma actividade política dormente e desenvolve um crescente cinismo face à política” (Papacharissi, 2002: 10). Na mesma linha que Sunstein (2008), Witschge (2004) adianta que, se por um lado, a Internet pode propiciar uma plataforma de interacção para diferentes participantes com diversos passados e pontos de vista, pode também, por outro lado, ter um efeito polarizador, servindo como um fórum dominado por participantes com iguais visões que limitam a diversidade de opiniões ao não tolerar vozes dissidentes. As estratégias são distintas, como *posts* abusivos ou estilo discursivo, mas o resultado acaba por ser o silenciamento de algumas vozes (Dahlberg, 1998).

Assim, falta ainda evidência científica – dificultada também pelo facto de este ser um processo em constante mudança – que permita demonstrar os fóruns da Internet como um palco deliberativo e participativo. As estatísticas de utilização desta plataforma mostram a existência de um fosso digital que impõe restrições a nível do acesso (em termos da competência que é requerida, o que afasta classes menos literatas e socialmente desfavorecidas). Ou seja, o problema não é apenas instrumental/material, ou seja, ter ou não acesso à máquina (computador), mas está sim no domínio de competências culturais e estratégicas que permitam, de facto, usar a tecnologia para aumentar os conhecimentos e dela beneficiar cívica e politicamente (Carpentier, 2011). A disponibilização da informação na Internet não garante, visibilidade ou mesmo acesso a ela, já que implica competências a nível de organização, detecção e leitura não igualmente distribuídas pela população.

Levanta-se, desta forma, o problema da literacia mediática, ou seja, “a capacidade para aceder, analisar, avaliar e criar mensagens em formas diversas” (Livingstone, 2004: 5), num processo de aprendizagem dinâmico em que as diferentes componentes se interligam. O acesso é um primeiro passo, mas não é suficiente para garantir a análise da informação disponibilizada nem para assegurar que sejam identificadas a validade das fontes dessa mesma informação ou para discernir a sua fiabilidade, o que é essencial nesta era de “abundância de informação” (Livingstone, 2004: 7). Deste modo, salienta Cardoso (2006: 401), “a cidadania na sociedade em rede depende também do domínio dos instrumentos que nos permitem lidar com os media como mais uma linguagem natural”. Os novos *media* proporcionam uma mudança da pessoa de mero consumidor para cidadãos, sendo a literacia a “co-produção do compromisso interactivo entre tecnologia e utilizador” (Livingstone, 2004: 12). Assim, “no mundo actual, os cidadãos precisam de desenvolver competências analíticas que lhes permitam compreender melhor, intelectual e emocionalmente, os *media* digitais” (Comissão Europeia, 2009b: 3).

Esta problemática é igualmente uma preocupação para a Comissão Europeia que emitiu uma recomendação aos Estados-Membros no sentido de adoptarem uma perspectiva de acção promotora da literacia mediática (Comissão Europeia, 2009b). Até porque, defende o mesmo texto, “uma sociedade com um bom nível de literacia nas questões dos *media* será simultaneamente um estímulo e uma pré-condição para o pluralismo e a independência dos meios de comunicação social”, sendo que “a expressão de opiniões e ideias diversas, em diferentes línguas, representando diferentes grupos, numa sociedade e entre sociedades diferentes contribui para o reforço de valores como a diversidade, a tolerância, a transparência, a equidade e o diálogo” (Comissão Europeia, 2009b: 4).

Algumas estatísticas têm demonstrado também que, de uma forma geral, a Internet é usada mais para entretenimento do que para esclarecimento e que não existirão grandes efeitos na promoção do compromisso cívico. Contudo, um trabalho de Boulianne (2009), que analisa 38 estudos sobre potenciais efeitos da Internet num maior engajamento dos cidadãos, aponta para uma evolução positiva no sentido do exercício da cidadania, ainda que os efeitos sejam pequenos, mas crescendo de acordo com a cronologia dos trabalhos. Parece ainda evidente que a utilização da Internet para ler notícias tem um efeito positivo, no sentido em que o acesso a um leque variado e diversificado de informações de natureza política pode ajudar a revigorar a

participação cívica: “a Internet pode reduzir os custos de participação (tempo, esforço) ao aumentar a disponibilidade de informação” (Boulianne, 2009: 205).

Outro factor a considerar é que melhorar os níveis de engajamento pode não significar, contudo, que a Internet possa vir a substituir discursos oficiais ou predominantes sobre a natureza dos factos políticos. Para McChesney (2008), isso resulta do facto da produção de conteúdos na Internet requerer tempo e dinheiro, assim como competência para oferecer conteúdos correctos e atraentes – assim, existem poucos cidadãos comuns com essa disponibilidade e, mesmo assim, o que disserem nunca será disseminado ou lido em larga escala, limitando o alcance social da tecnologia. E mesmo a maior diversidade e disponibilidade de novas vozes e fontes de informação na Internet não significa que elas sejam escutadas ou sequer conhecidas (Nieminen e Trappel, 2010). O que pode, a médio prazo, levar à diminuição do interesse dos cidadãos em participar por essa via ou aumentar o cinismo face à política, porque a participação tem que ter implícita a capacidade de influenciar os processos políticos de discussão e tomada de decisão (Dahlgren, 2005; Carpentier, 2011). Como argumentam Couldry *et al.* (2010: 40-41), “mesmo o engajamento cívico reforçado e uma conexão pública mediada significarão pouco a não ser que contribuam numa larga escala para a possibilidade de as pessoas terem uma acção efectiva, que significa o governo responder às conversas também”.

Por isso mesmo, Blumler e Coleman (2010: 149) defendem a criação de “nova agência pública (...) para criar ligações novas entre a comunicação e a política, conectando de uma forma significativa a voz das pessoas às actividades diárias das instituições democráticas”. Publicamente financiada, mas independente do governo, essa agência deveria reunir e coordenar as deliberações dos cidadãos, assim como as suas reacções a propostas de entidades públicas, às quais os órgãos políticos seriam obrigados a reagir. “Isto iria encorajar políticos e agentes públicos a encarar o estímulo de uma participação aumentada não como meros “lugares de cidadãos”, mas fóruns nos quais eles têm que tomar parte seriamente” (Blumler e Coleman, 2010: 150).

Os fóruns na internet que contam com a participação dos cidadãos são assim um dos elementos essenciais a considerar quando está em causa a configuração digital da esfera pública, sendo os blogues um dos fóruns mais estudados.

6.2. Os blogues: um espaço de novas possibilidades

A história da blogosfera atraiu já atenção relevante, apesar de ser um fenómeno recente. A palavra blogue não existia há 15 anos e não há ainda certezas absolutas sobre como surgiram estas primeiras páginas online, actualizadas em períodos regulares. A palavra blogue (blog em inglês) resulta da contracção das palavras web e log (weblog, que significa diário de bordo na Internet) e terá sido usada pela primeira vez em 1997. A ordem cronológica inversa (vê-se em primeiro lugar a última actualização) é característica desde o início destas páginas online, que tinham muitas vezes listagens de links (Blood, 2000), e que se podem dedicar aos mais diversos assuntos, desde a política aos jogos, passando pela literatura, fotografia, moda ou animais de estimação. A popularização destas páginas acontece sobretudo a partir de 1999, quando são lançados serviços como o Blogger para albergar blogues.

Os blogues são páginas na Internet onde são colocadas mensagens datadas, normalmente abertas a comentários livres dos leitores (embora nem todos os autores admitam caixas de comentários ou, em alguns casos, haja moderação). Essas páginas podem ser editadas por um ou mais autores e permitem uma actualização rápida de conteúdos, que ficam assim ordenados de forma cronologicamente inversa. A tecnologia evoluiu rapidamente de forma a incluir a possibilidade de “postar” imagens, vídeos e ficheiros áudio. Outra inovação importante foi a introdução, por parte da Blogger, do permalink – ou seja, uma ligação permanente a cada post individual, ao qual é atribuído um URL, que permite um arquivo de fácil rastreabilidade. Cada blogue disponibiliza também, por norma, uma lista de outros blogues com os quais se identifica ou partilha interesses – são os chamados blogrolls. Vários serviços possibilitam a contagem de leitores dos blogues, quantificando assim as audiências. Em Portugal, por exemplo, o serviço mais usado é o Sitemeter, cujas estatísticas permitem a construção de ranking dos mais lidos disponibilizado pelo Blogómetro⁵³.

Um dos factores que explica o sucesso dos blogues tem a ver com o facto de requererem uma tecnologia simples, que não exige grandes competências informáticas quer para a criação, quer para a manutenção destas páginas. Por outro lado, não têm custos de entrada e a manutenção tem um valor baixo, quando não mesmo gratuito. Os blogues mantiveram-se essencialmente

⁵³ Ferramenta que mede o acesso a blogues portugueses, de acordo com as estatísticas disponibilizadas pelo sitemeter, disponível em <http://weblog.com.pt/portal/blogometro/>. Esta ferramenta foi desactivada em Junho de 2012 e uma nova contagem de visitas dos blogues passou a ser fornecida pelo blogue Avenir.

produtos não comerciais, embora alguns tenham passado a ser subsidiados por publicidade – havendo já caso de bloggers que adquiriram a condição de profissionais. Alguns autores assinalam um contexto social e cultural favorável ao aparecimento dos blogues, já que estes respondem, nomeadamente ao desejo de notoriedade que caracteriza as sociedades contemporâneas, fornecendo ainda oportunidade de explorar diferentes facetas da sua identidade ou de pertencer a uma comunidade com a qual se identifica (Réguer, 2009).

Por outro lado, o aparecimento dos blogues insere-se numa nova forma de organização social, a chamada sociedade em rede (Castells, 2005), que vê as abordagens de mercados de massa a perder terreno para formas mais horizontais de comunicação, de interacção e de pertença. Esta mudança aconteceu sobretudo no contexto da chamada Web 2.0, que potenciou a colaboração, partilha de informação e de funcionalidades (Pole, 2010). Os blogues serão uma manifestação única onde os diferentes entendimentos de interactividade (do utilizador com o sistema, do utilizador para o utilizador ou do utilizador com o documento) podem coexistir, sendo neste domínio as hiperligações não apenas uma tecnologia disponibilizada pelos blogues, como um elemento definidor da própria natureza dos blogues (Trammell *et al.*, 2006).

Em 2006, o Pew Internet & American Life Project (Pew Internet, 2006) fez um estudo junto de uma amostra representativa de bloggers para tentar caracterizar esta nova população. Constituída essencialmente por jovens, a blogosfera norte-americana é equilibrada no género e diversa em termos raciais, representando uma nova classe de “escritores” – 54% dos bloggers nunca tinha publicado em mais nenhum lado. Apesar de a maior parte dos blogues mais conhecidos e publicitados serem sobre política, o assunto mais popular entre bloggers é a sua própria vida e experiências, sendo que a principal razão para ter um blogue diz respeito à expressão criativa e à partilha de experiências pessoais. Mais de metade garante que verifica os factos que publica e que frequentemente inclui links às fontes originais. Os bloggers norte-americanos consomem conteúdos online de forma muito significativa, em particular de notícias sobre política (72% contra apenas 58% dos utilizadores da Internet em geral). Segundo dados deste projecto de 2008 (Pew Internet, 2008), um terço dos utilizadores de Internet (que correspondem a 24% de todos os adultos norte-americanos) costuma ler blogues, sendo que 11% afirma fazê-lo numa base diária. O valor cresce para 42% quando os inquiridos são questionados sobre o facto de alguma vez terem lido um blogue, o que demonstra que mesmo

não sendo um hábito regular, o mundo da blogosfera é conhecido de grande parte dos utilizadores da Internet. Pole (2010) adianta também que os blogues têm atraído uma audiência crescente, mas que os leitores são politicamente activos e muito polarizados, lendo preferencialmente os blogues com os quais se identificam ideologicamente.

Os blogues têm recebido crescente atenção por parte de organismos internacionais, como a Comissão Europeia ou a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. Num documento dedicado à chamada “web participativa”, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE, 2007) reconhece a sua importância, assinalando vários números importantes: em 2005, 13% dos europeus contribuía regularmente para a blogosfera, sendo que um quarto dos utilizadores de banda larga com menos de 30 anos tinha o seu próprio blogue. De assinalar ainda a assunção do impacto político que o relatório faz desta plataforma, considerando que os blogues permitem trocar perspectivas políticas, provocar o debate e partilhar conhecimento, podendo mesmo implicar-se no próprio processo político (uma participação aqui entendida no sistema formal institucionalizado) ao fazer a cobertura de campanhas eleitorais ou apelando ao voto (OCDE, 2007: 37).

Embora o relatório da OCDE foque a questão dos blogues de jornalismo cidadão como bastante premente devido às suas implicações económicas nos meios de comunicação social tradicional (como se pode ver na definição apresentada “páginas Web contendo entradas criadas pelos utilizadores actualizadas com intervalos regulares e/ou conteúdos submetidos pelos utilizadores que são investigados fora dos *media* tradicionais”), adianta ainda que blogar é considerada uma forma de expressão e um meio de manter e construir relações sociais (OCDE, 2007: 16). Assinalando que grande parte dos conteúdos criados pelos utilizadores não tem objectivos comerciais (sendo orientados para a auto-expressão, criação de ligação ou desejo de obter fama, notoriedade e prestígio), há, contudo, várias questões que se levantam em termos de políticas: os direitos de propriedade intelectual e a qualidade da informação. Os problemas podem dizer respeito a informação incorrecta, não verificada, difamatória ou mesmo ilegal, defendendo este documento algum controlo, nomeadamente “soluções tecnológicas, legais e auto-regulatórias podem ajudar a limitar o acesso a estes conteúdos e reduzir os impactos negativos” (OCDE, 2007: 55).

A necessidade de alguma forma de regulação ou, pelo menos, de registo foi também levantada pelo Parlamento Europeu que defendeu a oportunidade de clarificar o estatuto dos blogues. A iniciativa foi recebida de forma muito negativa pela comunidade de bloggers⁵⁴, como aconteceu em Portugal quando se colocou a hipótese de a Entidade Reguladora para a Comunicação Social poder vir a ter alçada sobre os blogues (esta questão será desenvolvida depois no capítulo 7). Apesar de beneficiarem de algum reconhecimento institucional (nomeadamente pelos partidos que os credenciam para os seus congressos e convenções e pelo governo federal dos Estados Unidos que aprovou uma lei, a “Free Flow of Information Act”, que garante aos bloggers a mesma protecção que aos jornalistas no que diz respeito à confidencialidades das fontes), os bloggers recusam formalizar a sua existência e a regulação externa, considerando-a mesmo uma tentativa de censura. Quando a imprensa sueca erroneamente relatou a preocupação do Parlamento Europeu como um plano para registar todos os blogues, políticos de todos os quadrantes condenaram a iniciativa, considerando-a um novo exemplo de *Big Brother*. A deputada europeia Marianne Mikko esclareceu não pretender saber a identidade exacta dos blogues, mas considerou serem necessárias “algumas credenciais, uma marca de qualidade”, comentários de novo mal recebidos pela blogosfera (EUObserver.Com, 27/06/2008)⁵⁵.

A dimensão do fenómeno é já significativa, ainda que impossível de quantificar com precisão absoluta. Existem alguns agregadores de blogues na Internet, mas a metodologia que usam é diferente, e nenhum consegue garantir com segurança a extensão deste universo. O Technorati, um desses agregadores, assinalava em 2006 que havia 55 milhões de blogues em todo o mundo, sendo o Inglês a língua mais utilizada (o português aparece em 5º lugar). A 2 de Novembro de 2011, o Blog Pulse, outro motor de pesquisa sobre blogues, refere mais de 175 milhões, com mais de 30 mil criados só nas últimas 24 horas. Apesar de continuar a crescer, a blogosfera tem sido caracterizada como tendente para a estabilização: apesar do número explosivo de blogues criados, os que são mantidos numa base regular são, obviamente, menos.

O relatório anual da Technorati *State of the Blogosphere 2010* assinala um universo em transição, que deixou a condição de comunidade em nascimento, com uma influência nas narrativas *mainstream* e fronteiras esbatidas no que diz respeito à sua relação com outros *media*

⁵⁴ Ver, por exemplo, <http://www.jonworth.eu/more-eu-controlling-blogging-outrage-a-more-careful-analysis/>.

⁵⁵ <http://euobserver.com/871/26407>

sociais (Technorati, 2010). O relatório destaca ainda como tendência a influência das bloggers mulheres e mães, sobretudo no que diz respeito às marcas, já que são o segmento mais propício a blogar sobre esse tema. Há ainda um grande optimismo sobre o desenvolvimento do meio, com mais de metade dos inquiridos da Technorati a garantir que iria blogar com mais frequência no futuro. A maior parte da blogosfera continua a ser frequentada por pessoas que a usam como um hóbi, pertencentes ao sexo masculino (dois terços) e a classes sociais economicamente favorecidas e educadas.

A importância dos blogues, nomeadamente dos blogues políticos, pode ainda ser aferida pelo facto de o seu dinamismo ser considerado um critério de análise, no que diz respeito ao pluralismo político, no estudo patrocinado pela Comissão Europeia (ICRI *et al.*, 2009). No domínio do pluralismo político dos *media*, a actividade dos cidadãos online é considerada um indicador de carácter sócio-demográfico, medido pelo nível de influência dos bloggers no debate público e político. A metodologia aconselhada é a de usar um painel de peritos na análise de uma amostra de blogues no que diz respeito à apresentação de perspectivas políticas próprias e reacções online.

Existem algumas sugestões de classificação que permitem distinguir os blogues no universo dos *media*. Aufderheide (2008) sugere a terminologia de pequenos *media* (por oposição aos grandes *media*, os *mainstream*) que, descentralizados e em constante proliferação, existem em rede. Lievrouw (2008), por seu lado, classifica-os como novos *media* oposicionais, que medeiam as interacções interpessoais para objectivos de sociabilidade ou mobilização, apresentando cinco características essenciais: a pequena escala dos projectos, o intervencionismo, a literacia subcultural que lhes subjaz, a ironia no discurso e o facto de serem perecíveis. Importante ainda, assinala, é o facto se serem colaborativos, resultando do esforço de grupos, e heterotópicos. Podendo esta última condição significar uma excessiva fragmentação de interesses face ao que é *mainstream* ou dominante culturalmente, tornando a diversidade um factor de separatismo, a procura de visibilidade e legitimidade pode, contudo, ser um factor de equilíbrio. Apesar da fragmentação na blogosfera, alguns autores notaram que existe uma concentração do interesse que suscitam, já que a atenção que é dada aos blogues “não é democraticamente (i.e. igualitariamente) distribuída, mas é de facto mais concentrada que a atenção a outros *media*”

(Baker, 2007). A aglutinação do interesse em torno de alguns blogues levou mesmo alguns autores a considerar este um fenómeno de elites (Couldry *et al.*, 2010).

As contradições encontradas na literatura sobre as diferentes definições de blogues (como ágoras de discussão ou apenas diários online, como altamente interactivos ou intimistas, usada predominantemente por homens caucasianos educados ou de forma igualitária em termos de sexo e raça, etc.) têm a ver com a perspectiva de análise adoptada relativamente a esta rede: se olharmos para a dispersão de nós da rede ou se observarmos os actores centrais (Tremayne, 2007) teremos uma ideia divergente da rede, porque um conteúdo de interesse para mais gente terá, obviamente, um impacto diferente. Numa análise de conteúdo a 200 blogues, Papacharissi (2007), por exemplo, encontrou uma amostra maioritariamente com pouca tecnologia, auto-referencial e palavrosa – ou seja, blogues mantidos na perspectiva da expressão pessoal do seu autor. Esta investigadora encontrou ainda uma linguagem humorística marcada pelo sarcasmo e ironia em mais de metade dos bloggers – o que deixa perceber um universo povoado com uma nova forma de discursar.

A blogosfera atraiu também a atenção da academia e vários estudos foram sendo realizados de forma a compreender este novo fenómeno. Herring *et al.* (2007) realizaram uma análise de conteúdo ao longo de 13 meses (da Primavera de 2003 à Primavera de 2004) e verificaram um predomínio crescente da forma textual e da informalidade na apresentação do autor (pelo primeiro nome). Esta investigação assinala ainda uma baixa presença de links e comentários (o que contradiz, em parte, a caracterização desta plataforma como interconectada e conversacional) e predominância de conteúdos pessoais em detrimento de notícias (também constatado por Papacharissi, 2007, que considera esta uma plataforma mais auto-expressiva e íntima que relacionada com assuntos públicos). Contudo, a maior parte dos links encontrados nos blogues remete para *sites* de notícias tradicionais (Tremayne, 2007).

A razão que leva os indivíduos a usar os blogues tem também sido alvo de alguma investigação, inscrevendo-se na teoria dos usos e gratificações dos *media*. Kaye (2007), por exemplo, assinala características intrínsecas à própria tecnologia (maior profundidade e actualização da informação e da opinião) e o facto de os leitores os acharem divertidos, relaxantes e interessantes, ao mesmo tempo que cresce um sentimento de partilha, identidade e comunidade. Os utilizadores dos blogues manifestam ainda algum sentimento anti-*media* tradicionais (que consideram ter

uma perspectiva enviesada) e assinalam como positivo o facto de permitirem a verificação da informação. A literatura científica sugere que os cidadãos estão a desafiar os *media* tradicionais no sentido de terem o direito de interpretar o discurso público, particularmente através das iniciativas online de cidadãos, tais como os blogues (Couldry *et al.*, 2010). Aliás, um outro estudo de Johnson e Kaye (2007) sugere que os blogues de guerra eram merecedores de maior confiança por parte dos seus leitores do que qualquer outro meio de comunicação social.

6.2.1. A blogosfera como *ágora* político

A Internet, escreve Baker (2007: 98) tem “efeitos transformativos na esfera pública que potencialmente – ou já mesmo – têm um grande significado político e democrático”, nomeadamente através da blogosfera que fornece novos importantes espaços para “o discurso público num mundo onde tais espaços têm, na prática, vindo a diminuir”. Neste campo, a blogosfera, nomeadamente a blogosfera política, é cada vez mais analisada como uma nova esfera pública onde opiniões e perspectivas sobre aspectos da vida pública são expressas numa deliberação em contínuo. A blogosfera pode ainda revitalizar funções da sociedade civil, como o escrutínio permanente dos poderes públicos, a disseminação da informação e a capacitação dos cidadãos para a defesa dos seus interesses.

A blogosfera política tem recebido crescente atenção por parte da investigação académica preocupada com matérias de esfera pública e participação política. A campanha eleitoral dos EUA em 2004 providenciou um *corpus* de análise que foi profusamente analisado, do ponto de vista dos temas abordados e da agenda de campanha. Na chamada blogosfera política estão incluídos os blogues de campanha, de membros de estruturas políticas eleitos e também de cidadãos com interesses na matéria. A investigação tem-se ainda dedicado aos blogues políticos, não como acções de campanha ou como forma de *e-government* por parte das autoridades, mas sim focando a sua atenção nos blogues políticos, mantidos por cidadãos (às vezes também, membros de partidos ou mesmo eleitos) que são essencialmente espaços de discussão. A verdade é que a interactividade vertical entre órgãos ou eleitos políticos e os cidadãos “parece replicar os piores aspectos do sistema estabelecido de comunicação política, com os políticos a gerirem blogues que parecem *newsletters* antiquadas”, enquanto que a comunicação horizontal

entre pares “adaptou criativamente a lógica de rede informal, acéfala, não proprietária e sem limites” (Blumler e Coleman: 2010: 148).

Ainda na condição de fenómeno recente, a blogosfera logo começou a atrair a atenção da academia, sobretudo pela percepção pública da sua influência. Algo que não deixou de surpreender, no início, investigadores e políticos: como podia um fenómeno sem organização central, sem consenso entre os participantes, marcado pela desigualdade em termos de *expertise* dos bloggers e pelo seu carácter voluntarista, ganhar ascendente no espaço público? Como resumiram Drezner e Farrell (2004: 4), “dadas as disparidades nos recursos e organização face a outros actores, como e quando pode uma colecção de *sites* descentralizados, contraditórios e sem fins lucrativos exercer influência nos feitos políticos e nas políticas?”

Castells (2009: 263) assinala que os blogues (que ele vê como uma forma de autocomunicação de massas) políticos independentes têm um modelo distinto para chegar à audiência-alvo e que “pretendem difundir opiniões e informação que não se encontram nos *media mainstream*, a fim de estabelecer uma base de apoio para a sua aproximação concreta a temas políticos”. Por outro lado, potenciam uma disseminação sem precedente de informação porque têm uma difusão viral imediata, com os comentários dos bloggers e dos leitores a alimentar a controvérsia. A importância destes novos actores nas actuais sociedades democráticas é tanta que “um número crescente de bloggers trabalha como assessores políticos, e a blogosfera converteu-se num espaço de comunicação decisivo em que a imagem pública se cria e recria” (Castells, 2009: 329).

A blogosfera tem sido perspectivada como influente no espaço público (Tremayne, 2007; Drezner e Farrel, 2008; Woodly, 2008), sendo capaz de influenciar os *media mainstream* e a classe política, providenciando aos cidadãos interessados novas formas de informação e conhecimento. Por outro lado, a deliberação aí providenciada tem vantagens sobre outras formas de activismo online, nomeadamente sobre as petições electrónicas que originam mais políticas a “pedido” e em favor de interesses próprios, sem ter em conta a função essencial da política de alocação e gestão de recursos escassos (Blumler e Coleman, 2010). Ackland (2005) afirma que os blogues políticos apresentam uma crescente influência na política norte-americana, nomeadamente em termos dos conteúdos mediáticos e dos comentadores dos *media*. Também

Pole (2010) defende que os blogues políticos são, de facto, uma nova forma de participação política, que pode transformar a política e levar a uma maior intervenção cívica.

Alguns autores questionam a possibilidade de a discussão online estar dominada, tal qual a que acontece na vida real, por elites, não sendo capaz de influenciar a opinião pública. Sendo uma reprodução do que acontece no debate político tradicional, a blogosfera pode apenas ser uma plataforma adicional e não uma verdadeira alternativa que transforme o espaço e a estrutura política (Dahlgren, 2005; Papacharissi, 2002). Para Sunstein (2008: 93), o problema estará na polarização da discussão, afirmando que existem todas as razões para “acreditar que a lógica de polarização de grupo caracteriza a interacção social também na Internet, especialmente em contextos como a blogosfera política”, apontando para estudos que mostram padrões de linkagem mais densos entres blogues da mesma afiliação política, enquanto que blogues opostos nem sequer tendem a discutir os mesmos temas. Apesar de conter grandes promessas de disponibilização de um leque alargado de perspectivas, assim como de agregação de informação e conhecimento dispersos, a blogosfera política pode significar apenas que muitos leitores, que lêem apenas os blogues com os quais se sentem mais alinhados, estão a ter apenas um lado da história.

Woodly (2008) apresenta uma perspectiva muito positiva sobre a blogosfera política, argumentando que esta plataforma alterou a estrutura da comunicação política, oferecendo aos leitores uma experiência democrática que não é possível por formas tradicionais. Ou seja, os blogues políticos são diferentes porque têm estratégias de hiperligação que, por um lado, constituem um sistema de referência imediata, e, por outro, diversificam de uma forma extraordinária a quantidade de informação que é fornecida. Os blogues políticos são ainda diferentes porque não assentam as suas mensagens nas elites políticas, como tendem a fazer os *media* tradicionais, nem estão sujeitos a critérios de neutralidade. Desta forma, providenciam questões e argumentos, examinando os factos públicos através de uma lente que não é formatada pelas elites nem pela objectividade dos jornalistas. “Os blogues políticos tornaram-se populares porque a maioria oferece boa informação, cujas fontes são aberta e habitualmente reveladas” (Woodly, 2008: 116).

Por seu lado, Pole (2010) também reconhece à blogosfera um potencial transformador da política. Os bloggers não precisam de credenciais para entrar na discussão (como precisariam

em palcos tradicionais do sistema político ou dos *media mainstream*) e mudaram ainda a forma como e onde fazer política. A comunicação política, nesse meio, é ilimitada na magnitude e no alcance, empreendendo formas horizontais e multidimensionais, nomeadamente pelo diálogo com os leitores através das caixas de comentário. A forma como a informação é disseminada no espaço público foi também profundamente alterada pela possibilidade dada aos bloggers de linkar, de destacar e de comentar, o que mina o poder das grandes corporações mediáticas sobre aquilo de que se fala, ou seja, comprometendo o seu efeito de *agenda-setting*.

Para Gil de Zúñiga *et al.* (2009: 562), os blogues potenciam novas formas de participação política também nos utilizadores, já que esta prática está correlacionada como um envolvimento na discussão digital: “Quanto mais as pessoas procuram informação online nos *media* tradicionais, mas sobretudo nos blogues, tanto mais provável é que discutam política online”. Mostrando a importância dos blogues numa série de actividades online ligadas à participação política, este estudo mostra que o ganho democrático potencial de haver na arena pública mais vozes se materializa, de facto, na atenção que lhes é dada e que se traduz em formas mais avançadas de participação política.

Scott (2007) analisou a campanha presidencial norte-americana de 2004 e assinalou que os blogues políticos raramente cumpriram a função noticiosa tradicional. A principal função foi a do relato mediado: vigiando e estabelecendo relações entre histórias e informações publicadas noutros lugares (como blogues, jornais, etc.). Uma conclusão que pode explicar o facto de a maior parte dos links dos blogues ser para *sites* de *media mainstream* (Adamic e Glance, 2005). Reese *et al.* (2007: 257) assinala que “de uma maneira geral, a blogosfera – ainda que dominada por comunicadores cidadãos – assenta muito em *sites* noticiosos profissionais e em histórias de jornalistas associados a organizações de *media* profissionais”. Ou seja, a voz dos *media* é incorporada no discurso dos bloggers, não para criticar, mas para assimilar os factos e informações, usando-os para formar os seus próprios argumentos, reforçar perspectivas ou desafiar opositores. Koop e Jansen (2009) assinalam contudo uma diferença significativa relativamente aos *media*: enquanto os blogues se centram mais em questões substantivas, outros meios de comunicação tendem a focar mais a política partidária. Uma prática que, segundo estes autores, alimenta a perspectiva de uma blogosfera como “fórum para a deliberação democrática”, já que, apesar da “balcanização” da discussão em termos

ideológicos, os autores encontraram “alguma vontade” em discussões que ultrapassaram a lógica partidária (2009: 171).

Ekdale *et al.* (2010: 227) procuraram explicar as motivações dos bloggers políticos americanos mais populares considerando que estas se reforçaram ao longo do tempo, sobretudo as de carácter extrínseco: são mais significativas, no presente que no início, e têm essencialmente a ver com a oferta de uma alternativa aos *media mainstream*, informar as pessoas sobre dados mais relevantes nos assuntos de interesse e influenciar a opinião pública: “Uma vez tornados bloggers, eles perceberam o facto de blogar como uma forma de providenciar perspectivas que não se encontram em outros relatos políticos e de chegar a uma audiência vasta sem participar nos *media* tradicionais”. As motivações mais significativas a nível intrínseco têm a ver com a formulação de novas ideias e ordenar o pensamento.

Vários estudos (ver quadro 5.1.) têm procurado caracterizar a blogosfera política em diversos contextos, desde os Estados Unidos (Pole, 2010; Ackland, 2005; Ekdale *et al.*, 2010) ao Canadá (Koop e Jansen, 2009), passando pela China (Zhou, 2009) ou Egipto (el-Nawawy e Khamis, 2010). Embora a maior parte das investigações empíricas publicadas na literatura de referência diga respeito ao panorama norte-americano, vários espaços geográficos foram explorados.

Como podemos ver na análise do quadro-síntese de algumas investigações empíricas sobre a blogosfera política, seleccionadas pelo facto de se centrarem em projectos mantidos por cidadãos, a maior parte dos estudos avalia os padrões de hiperligação entre os blogues, tentando perceber se há uma tendência mais marcada de linkar com pares (em termos de ideologia). Contudo, não se verifica, nesse exercício, a assunção de um significado social (ou diferentes significados sociais) para explicar essas ligações, entendendo-as apenas como reveladoras de aproximações ideológicas ou partidárias. Dessa análise, resultam algumas conclusões sobre os comportamentos dos bloggers em função da sua ideologia (geralmente, liberais *versus* conservadores), mas não há ilações sobre o que podem significar essas ligações em termos da construção do sentido das mensagens – funcionam para sustentar o argumento ou gozar uma posição oposta? E, desta forma, não é possível aferir com precisão a importância dos links em termos de características deliberativas. Por outro lado, os estudos que analisam quantitativamente os links referem, sem excepção, o facto de a maior parte se ligar aos *media mainstream*. Mas, de novo, que significado lhes atribuir?

Quadro 6.1. – Investigações empíricas sobre blogosferas políticas

Autores	Localização	Objectivo	Dados/ Universo	Metodologia	Principais resultados
Drezner e Farrell (2004)	EUA	Estudo dos padrões de links na blogosfera política	433 blogues políticos	Estudo quantitativo usando dados da Blogosphere Ecosystem	Os principais blogues políticos recebem a maior parte dos links de outros blogues, concentrando assim a atenção da blogosfera num número limitado de blogues
Adamic e Glance (2005)	EUA	Estudo dos padrões de links na blogosfera política	Lista A de blogues políticos	Análise de rede	Conservadores e liberais, falam de assuntos diferentes com recurso a fontes diferentes, ligando-se preferencialmente entre si; os conservadores apresentam um padrão de hiperligações mais denso
Ackland (2005)	EUA	Aferir diferenças de comportamento entre conservadores e liberais através dos links	List-A de blogues políticos	Análise de rede usando o software de pesquisa Uberlink	Bloggers conservadores mais activos a linkar, o que influencia a sua visibilidade na net
Wallsten (2007)	EUA	Analisar relação entre os <i>media mainstream</i> e blogues políticos durante a campanha eleitoral de 2004	10 blogues da List-A e 50 blogues políticos menos populares seleccionados aleatoriamente	Análise de conteúdo quantitativa	Há relação complexa e bidireccional na maioria dos assuntos, mas num número significativo de assuntos, não há relação entre cobertura mediática e discussão nos blogues
Karpf (2008)	EUA	Desenvolver um sistema para rastrear influência online	List-A de blogues políticos	Agregação de 4 medidas: centralidade de rede, autoridade de hiperligação, tráfego e actividade comunitária	Elaboração de um ranking dos blogues mais influentes, que indica clara vantagem para os bloggers progressivos

Autores	Localização	Objectivo	Dados/ Universo	Metodologia	Principais resultados
Hargittai <i>et al.</i> (2008)	EUA	Testar a polarização na discussão de blogues, através da análise do debate ideológico cruzado	Lista A de blogues políticos	Análise qualitativa e quantitativa de links	Há maior número de links entre blogues que partilham a mesma ideologia, mas há ligações numerosas a argumentos de outras facções
Ekdale <i>et al.</i> (2010)	EUA	Analisar as diferentes motivações para blogar, no momento da criação do blogue e no momento do estudo, assim como os comportamentos dos bloggers em termos de participação política	Lista A de blogues políticos	Inquérito a 66 bloggers	Todas as motivações para blogar cresceram ao longo do tempo, sobretudo as de carácter extrínseco, que se relacionam positivamente com uma participação política on e off-line
Meraz (2011)	EUA	Identificar padrões de ligação entre blogues partidários e de facções opostas para avaliar correspondência de agendas (também dos <i>media</i>)	18 blogues de ideologias diferentes, 2 <i>media</i> tradicionais de elite e 11 blogues de redacção	Análise quantitativa de posts em 3 assuntos, com estudo de correlação (de Pearson) das agendas	Blogues moderados e de esquerda mostram agendas muito correlacionadas com os <i>media</i> , mas os conservadores resistem à interpretação mediática de elite
Koop e Jansen (2009)	Canadá	Avaliar natureza deliberativa da discussão online	229 blogues políticos	Análise de conteúdo quantitativa	Discussão online nos blogues com algumas características deliberativas, mas também com desigualdade na discussão, centramento em assuntos não substantivos e envolvimento não construtivo na discussão por parte dos bloggers
Moe (2011)	Noruega	Caracterização da blogosfera política norueguesa	Não identificado em termos quantitativos	Análise de links da rede usando o IssueCrawler	Blogosfera não mostra grandes sinais de polarização e permite uma plataforma para vozes alternativas

Autores	Localização	Objectivo	Dados/ Universo	Metodologia	Principais resultados
Zhou (2009)	China	Análise do processo comunicativo dos blogues políticos	633 posts referentes ao líder de Xangai Chen Liangyu	Análise de conteúdo	Envolvimento activo na discussão de assuntos sensíveis, expressão de opiniões diferentes e mesmo críticas ao governo
Park e Thelwall (2008)	Coreia do Sul	Investigar padrões de links entre cidadãos e entre cidadãos e políticos	Blogues de políticos eleitos e 79 blogues de cidadãos	Métodos de análise de redes sociais	Centralidade dos blogues associados ao partido que governa e polarização dos blogues de topo, ainda que oposição binária no discurso mostra sinais de mudança
El-Nawawy e Khamis (2010)	Egipto	Averiguar a possibilidade da constituição de uma esfera pública	2 blogues	Análise de conteúdo quantitativa	Algumas características de esfera pública, mas faltam debates crítico-rationais, deliberação recíproca e acção comunicativa
Bruns e Adams (2009)	Austrália	Estudo dos padrões de links na blogosfera política	Blogues políticos em número não identificado	Análise de rede usando o IssueCrawler	Blogosfera com inclinação de esquerda considerável, forte polarização sobre questões específicas ligadas a causas progressistas, por oposição aos <i>media</i> que apoiam governo conservador
Etling <i>et al.</i> (2010)	Arábia	Análise da estrutura e do conteúdo da blogosfera arábica	35 mil blogues arábicos identificados, mapeamento dos 6 mil mais linkados	Análise de redes sociais, análise de texto de computador e codificação humana de blogues	Clusters nacionais mais activos: Egipto, Síria, Kuwait e Levante; enfoque em assuntos domésticos, mas preocupação comum pela Palestina, links preferenciais a <i>sites</i> Web 2.0 e <i>media</i> pan-arábicos
Reese <i>et al.</i> (2007)	Mundo	Análise dos padrões de links entre blogues de cidadãos e <i>sites</i> de notícias	Seis blogues políticos mais populares	Análise de conteúdo das unidades de links	Posts com maior número de links para jornais, seguidos de outros blogues

Num trabalho teórico que visa a conceptualização de uma metodologia de análise para a esfera pública em rede, Bruns *et al.* (2008) sugerem que os padrões de interligação na blogosfera indicam a existência de uma rede de atenção: existem links porque o assunto é interessante (pela positiva ou negativa), conferindo desta forma visibilidade e influência. Este reconhecimento pode ser duradouro (através dos blogrolls – listas de outros blogues colocadas no próprio blogue), para temas específicos, para os comentários efectuados aos posts (envolvendo assim a audiência), ou para a “história” do blogue num qualquer tema em particular (quando linka para posts de arquivo). Esta conceptualização reveste-se de interesse, mas não aborda, por exemplo, os links efectuados sem que haja possibilidade de linkar de volta (como quando se faz a ligação a *sites* noticiosos ou documentos) nem distingue de forma específica as ligações negativas das positivas, ou o seu tom (se é de crítica argumentativa ou apenas, em casos extremos, insultuosa), o que também não nos permite identificar padrões de conversação – se deliberacional, se promotora de exclusão.

E, contudo, a questão da blogosfera política como espaço de deliberação está na base de grande parte dos estudos. Esta possibilidade pode ser aferida de forma quantitativa e com análises de rede usando ferramentas computacionais, opção de muitas investigações. Desta forma, os autores conseguem obter algumas imagens das diferentes blogosferas políticas que estudam, em termos, por exemplo, de coesão da comunidade e da centralidade de alguns actores. Estas análises permitem ainda retirar algumas conclusões sobre a polarização das discussões entre blogues e subjacente homofilização da rede, por padrões de links densos entre blogues que perfilam a mesma ideologia, que acabam quase como “entrincheirados” nas suas facções. As análises de conteúdo qualitativas, assim como a codificação humana dos elementos para observação, são pouco frequentes nestes estudos, o que retira alguma densidade conceptual às análises efectuadas.

Por outro lado, grande parte dos estudos reflecte uma imagem da blogosfera tirada em momentos específicos: uma campanha eleitoral, a demissão de um político, casos polémicos, etc. Não há muitas abordagens ao fenómeno da blogosfera numa base quotidiana. Que relação podemos estabelecer entre blogues e *media* tradicionais no dia-a-dia, em termos de hiperligações e mesmo da influência que os *media* podem exercer sobre os blogues? Poderemos perceber uma relação complexa e bidireccional entre ambos estes universos, como sugerem alguns estudos? Poder-se-ia ainda tentar perceber se os blogues têm discursos e temas próprios, constituindo uma alternativa aos *media*, como referem outras investigações.

Finalmente, os estudos aqui apresentados têm, normalmente, apenas uma única abordagem, focalizando-se nos bloggers ou nos blogues e posts. É escassa uma perspectiva de análise que combine em simultâneo estas duas facetas da blogosfera: os seus actores e os seus conteúdos. Contudo, o cruzamento da informação assim recolhida poderia trazer uma imagem mais profunda deste fenómeno, relacionando os autores dos blogues – nas suas ligações ao mundo offline (*media* tradicionais, partidos políticos, associações cívicas e outras organizações) – com os conteúdos que produzem, em termos de discursos, temas e ligações a outros pontos da Web.

6.3. Conclusões

A configuração de esfera pública proporciona um quadro normativo onde podemos enquadrar o estudo da blogosfera política. Na blogosfera, tal como preceituam os princípios constituintes da esfera pública, os temas debatidos são, em princípio, públicos e de interesse público. A blogosfera situa-se fora das esferas estatais e/ou governamentais e íntimas/privadas, podendo, é claro, sofrer tentativas de instrumentalização – como acontece em qualquer dimensão da esfera pública. A sua capacidade de resistir a estas manipulações é que a pode constituir como verdadeiro espaço onde se constitui o público (Esteves, 2003), e isso significa que os blogues políticos devem contribuir com as diferentes alternativas, perspectivas e temas que se colocam a propósito de um qualquer assunto – ou seja, que deve, enquanto esfera pública, ser palco de pluralismo e diversidade. A constituição de uma esfera pública implica um debate também ideológico sobre qual a definição e enquadramento dos assuntos que assumem o carácter de públicos. Por isso, a blogosfera política é ainda um espaço onde se discutem temas de interesse público, mas onde também se deve afirmar a iniciativa de os definir e categorizar enquanto tal.

A blogosfera inscreve-se no desígnio dos princípios básicos da liberdade de informação e expressão, esteios também do conceito de esfera pública. Igualmente no facto de não condicionar a criação de blogues às condições sócio-económicas dos participantes (recorde-se que a tecnologia é relativamente acessível, de fácil utilização e tem baixos custos de manutenção), a blogosfera serve os propósitos da esfera pública. Este é ainda um espaço que permite outros modos comunicativos – nomeadamente a ironia, o humor, proporcionando assim momentos de entretenimento – podendo,

desta forma, dar também resposta às críticas que foram sendo colocadas a Habermas por ter centrado o discurso sobre a esfera pública apenas na comunicação argumentativa e crítico-racional.

A Internet, rede onde se insere a blogosfera, é assim uma plataforma que proporciona novos espaços para a materialização da esfera pública, quer no que diz respeito ao facto de proporcionar modos de discussão, debate e deliberação, quer também porque constitui um repositório de ideias (que se armazenam e se encontram de forma fácil e acessível). A Internet, enquanto tecnologia, trouxe modificações sociais importantes no que diz respeito à questão da interactividade e do poder no âmbito da esfera pública. A primeira diz respeito não só ao facto de promover a argumentação, mas ainda porque facilita a interacção vocacionada para a partilha de experiências e construção de identidades. Promove ao mesmo tempo a expressão de alternativas e da contestação – o que nos leva às alterações a nível do poder. Por outro lado, a Internet permite uma nova capacitação dos cidadãos, abrangendo formas de participação política que ultrapassam a mera formalização institucional e que se podem constituir como alternativas diversas. “Na arena da nova política, a Internet torna-se não só relevante como central: é especialmente a capacidade de promover a «comunicação horizontal» da interacção cívica que pontua” (Dahlgren, 2005: 155).

Nesse sentido, e enquanto os *media* tradicionais (por favorecerem o acesso a fontes institucionais e serem mais próximos das elites) serão mais facilmente meios para concretizar o pluralismo, a blogosfera surge como um espaço privilegiado para a expressão da diversidade como conceptualizada no capítulo 2. É uma plataforma sem organização central, fluida, constituída por unidades de natureza mais volátil e efémera, num total cujo número é difícil de precisar. “O carácter fluído – e virtual – das organizações envolvidas, o fácil juntar-se e retirar-se, não nos deixam ter uma ideia dos números envolvidos; não podemos saber quantas pessoas um dado *website* de facto representa” (Dahlgren, 2005: 155).

É um espaço que pode oferecer perspectivas alternativas, abrindo caminho para a inovação e contestação, sendo possível produzir mudança social pela influência exercida nos processos de tomada de decisão. Nesse sentido, embora as metodologias de análise quantitativas proporcionem observações úteis e importantes, devem ser complementadas com técnicas qualitativas para dar sentido à interactividade, às ligações que se estabelecem entre blogues, e entre estes e os *media* e

outros *sítes* da Internet, e ainda para averiguar da natureza deliberativa da discussão online e de outras formas de comunicação.

Coloca-se então a questão de saber se as alternativas e vozes da diversidade, que parecem encontrar terreno fértil para florescer na blogosfera, encontram aí espaço. Falta assim avaliar em Portugal as possibilidades de se expressar a questão da diversidade, da contestação e oposição aos poderes estabelecidos, da proposta de alternativas que não esteja condicionada à tutela de um partido ou outra organização. Falta, assim saber, se a blogosfera política portuguesa poderá ser um espaço, a tal nova esfera pública, que permite a inovação e a capacitação dos cidadãos.

7. A blogosfera em Portugal

«Esta vontade de saber (...) é reconduzida também, sem dúvida mais profundamente, pela maneira como o saber é disposto numa sociedade, como é valorizado, distribuído, repartido e, de certa forma, atribuído».

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

Vários trabalhos que abordam o nascimento da blogosfera em Portugal assinalam o ano de 1999 (Canavilhas, 2004; Silva, 2009) como sendo o que viu nascer o primeiro blogue português: Macacos sem galho. É o próprio autor que fala desse facto: “O meu nome é Pedro Couto e Santos e escrevo este blog desde 1999, o que faz dele o mais antigo blog português que ainda mantém uma frequência cardíaca razoável”⁵⁶. Estamos, pois, a falar de um fenómeno que existirá, de forma ainda incipiente, há cerca de 13 anos, mas cuja importância se foi gradualmente acentuando desde há nove anos.

Radicalmente nova ou talvez com raízes mais profundas na história dos *media*, a blogosfera tem vindo a receber uma atenção crescente no espaço público, ainda que as estatísticas disponíveis deixem perceber uma realidade pouco divulgada no grande público. Em 2006, apenas um quinto dos portugueses teria ouvido falar de blogues. Contudo, alguns dos blogues mais lidos em Portugal conseguem audiências diárias superiores a 20 mil leituras diárias (como é o caso de Obvious, um blogue de fotografias, ou a Pipoca Mais Doce, da jornalista Ana Garcia Martins, que fala sobre as suas experiências pessoais) e no caso dos blogues políticos à volta dos quatro mil, o que deixa perceber um fenómeno, no mínimo, digno de atenção.

7.1. O primeiro olhar, estudos e alguns números

O surgimento da blogosfera em Portugal enquanto fenómeno de dimensão social é apontado como tendo ocorrido em 2003. O momento mais marcante desse parto foi a criação do blogue “Abrupto”

⁵⁶ <http://www.macacos.com/about/>

por parte do então eurodeputado Pacheco Pereira, que, por ser uma figura pública, conseguiu catapultar a atenção para esta nova plataforma. Os *media* tradicionais passaram então também a olhar para este novo meio e, em 2004, estimava-se existirem em Portugal cerca de 90 mil blogues (Canavilhas, 2004) – num movimento muito marcado por criações sem consequências, pouca actualização e até desistências.

Desde cedo, a blogosfera atraiu a atenção da academia e dos investigadores. O primeiro encontro nacional sobre Weblogs teve lugar na Universidade do Minho, em Setembro de 2003, ao qual se seguiram mais três congressos académicos (na Beira Interior, no Porto e em Lisboa). As primeiras análises sobre a realidade nacional são publicadas e apresentadas já a partir do ano seguinte por Granado (2004), Santos e Zamith (2004), Santos (2004) e Canavilhas (2004) e é também dessa altura a publicação do primeiro livro com instruções práticas sobre a criação e potencialidades dos então ainda chamados *weblogs* (Barbosa e Granado, 2004)⁵⁷.

As primeiras reflexões sobre o fenómeno em Portugal assinalaram o potencial de enriquecimento da vida pública que os blogues encerravam, assim como as funções de escrutínio e controlo dos *media* que exerciam. A tónica era no carácter subjectivo dos blogues, mas desde cedo também se marcou este espaço como um terreno para “o comentário dos assuntos da actualidade, tematizados e difundidos pelos *media* clássicos”, sendo os blogues “um notável factor de amplificação da conversação social, nomeadamente em torno dos grandes acontecimentos e dos grandes dossiers que mobilizam as atenções e preocupações das pessoas” (Pinto, 2004: 8). Mais tarde, outros trabalhos analisaram também o impacto dos blogues em termos de espaço público, focando ora na sua amplificação (Silva, 2009; Carvalho e Casanova, 2010), ora na sua fragmentação (Rodrigues, 2006a).

Muitos estudos produzidos na altura apresentam um registo histórico do que foi o início da blogosfera, da sua popularização junto dos *media* tradicionais (Santos, 2004; Santos e Zamith, 2004; Granado, 2004) e até da comunidade política, com reflexões sobre os potenciais impactos junto desses dois sectores da vida portuguesa. Santos (2004, s/p) escrevia então ser claro que “a blogosfera se constitui como um espaço disruptivo: há lugar para novas ideias (especialmente porque a ideia é ainda mais valorizada que a sua fonte), há sinais de novos processos de criação de

⁵⁷ Dois *early bloggers* de 2002 e 2001, respectivamente.

conhecimento partilhado, há uma maior des-centralização da produção e distribuição de conteúdos, e há uma reformulação das concepções tradicionais de audiência e receptor”. Consensual ainda era a percepção de que os blogues não eram informativos na sua natureza, mas sim sobretudo opinativos. Não eram assim espaços de jornalismo, embora desde o início tenham sido criadas experiências a nível do ensino superior nesse domínio (Santos e Zamith, 2004). Granado (2004) assinala ainda que a maior parte dos blogues da altura funcionava em circuito fechado, linkando muito pouco para outros blogues ou *sítes*.

Dois blogues, para além do já referido Muito Mentiroso no capítulo 1⁵⁸, foram também alvo de atenção e exposição pública logo no início da blogosfera. Um, anónimo, o Meu Pipi, que usando baixo calão e linguagem pornográfica, granjeou grande audiência e até debate sobre o seu verdadeiro autor, cujas possibilidades incluíam várias personalidades da literatura portuguesa. O blogue, que beneficiou muito da publicidade à volta da sua verdadeira autoria, deu origem a um livro, também ele com níveis de venda assinaláveis. Outra experiência também largamente bem sucedida na blogosfera foi o Gato Fedorento, de Tiago Dorés, Miguel Góis, Ricardo de Araújo Pereira e José Diogo Quintela – jovens humoristas, que obtiveram uma grande projecção na Internet e fora dela, tendo chegado depois aos horários nobres das televisões portuguesas. Estas passagens de sucesso entre blogues e *media* tradicionais (que aconteceram mais tarde também no campo do comentário político), têm para Torres (2009: 80) uma explicação: foi um velho *medium* que, agindo como filtro e centro seleccionador, legitimou socialmente este fenómeno, num “caso em que a periferia conquistou o centro e em rara e avassaladora velocidade”.

Para além destas ‘descobertas’, outros nomes já famosos, num movimento inverso, surgiram também na plataforma em 2003, numa espécie de validação social do fenómeno. Cardoso defende que “o blogue, quando gerido por personalidades da esfera do jornalismo ou da política, constitui também uma forma de esses ganharem um posicionamento de destaque como fontes alternativas para os próprios *mass media*, televisão, rádio e jornais” (2006: 539). O facto de estar um nome famoso associado à popularização da blogosfera levou à consideração de que os blogues funcionariam para figuras públicas apenas como antecâmaras da intervenção nos grandes *media* – uma análise que Manuel Pinto assinala poder estar certa para alguns casos, mas que “não dá conta

⁵⁸ Blogue sobre o caso Casa Pia, com informações sobre alegadas manipulações da investigação por parte da Polícia Judiciária.

da diversidade e complexidade do fenómeno” (Pinto, 2008: 234). Por outro lado, essa entrada de personalidades públicas não foi aceite de início com bom grado por bloggers pioneiros mais anónimos que temiam uma invasão e monopolização do espaço até então considerado livre (Granado, 2004). Certo é, assinala Pinto (2008), que a blogosfera se foi constituindo de forma gradual como uma nova instância de escrutínio público dos *media*, permitindo uma maior circulação de informação, assim como um debate mais regular e intenso sobre os acontecimentos da esfera mediática, nomeadamente por conferir uma maior visibilidade dos bastidores dos *media* e do jornalismo.

Para além destes registos históricos e análises gerais sobre a blogosfera, vários estudos empíricos analisaram o fenómeno e encontramos também várias referências à especificidade política deste novo ciberespaço (Canavilhas, 2004; Serra, 2009; Montez e Gama, 2006). Verifica-se um esforço relevante por parte da comunidade académica em conhecer este novo grupo de escritores e vários estudos avançaram com inquéritos aos bloggers (Canavilhas, 2004; Silva, 2009; Carvalho e Casanova, 2010), com outros trabalhos a inquirir a população geral e grupos específicos sobre a sua relação com os blogues (Araújo *et al.*, 2009; Azevedo e Seixas, 2011; Cunha e Santana, 2011). Outras abordagens utilizadas consistiram em estudo de casos, recorrendo sobretudo a análises de conteúdo (Serra, 2009; Montez e Gama, 2006), e dois trabalhos empíricos avaliaram ainda as estratégias de linkagem dos blogues (Serra, 2006a, e Moura, 2009, este último de blogues políticos).

Os inquéritos realizados aos bloggers portugueses revelaram um conjunto de autores qualificado e maioritariamente jovem, masculino e urbano, com interesses diversificados. Carvalho e Casanova desenvolveram um estudo sobre blogues que tivessem qualquer tipo de intervenção na esfera pública, com o objectivo de “recolher informação relativamente aos bloggers que permitisse a sua caracterização em termos sociais, de participação política e cívica, de valores, representação e atitudes” (2010: 99). A amostra deste estudo permitiu concluir pela existência de “um sector sociocultural com recursos elevados, que exerce profissão ou que estuda e que mobiliza esses recursos elevados para o debate público” (2010: 102). Embora tenham obtido respostas de vários pontos do país, os autores notaram uma concentração nos eixos Lisboa-Setúbal (51,5%) e Porto-Braga (17,5%), assim como uma maior predominância de bloggers com idades inferiores a 45 anos (72,3%). Ou seja, falamos de uma “população relativamente homogénea, sobretudo masculina, de

jovens adultos, e de profissionais técnicos de enquadramento e liberais, dirigentes e empresários, mesmo em diferentes situações territoriais” (Carvalho e Casanova, 2010: 103).

Por seu lado, Silva (2009) também encontrou uma amostra letrada (com 37% possuidora de um diploma de pós graduação), jovem/adulta, masculina (76%), vivendo em mais de metade dos casos nas áreas metropolitanas do Porto ou de Lisboa. Quando questionados sobre as suas motivações para blogar, estes inquiridos apresentam em primeiro lugar a necessidade de se fazer ouvir e a vontade em registar e partilhar ideias, informações e documentos. Importante ainda é o facto de blogar permitir passar o tempo, debater ideias e ser uma forma de participação cívica e da cidadania. Os bloggers inquiridos consideram-se ainda em quase 30% dos casos uma alternativa aos *media* tradicionais, mas para 70% são um complemento. De assinalar ainda o facto de perto de três quartos se incluir numa comunidade pelo facto de serem bloggers.

As potencialidades da blogosfera portuguesa para a constituição de uma esfera pública são exploradas por ambos os estudos. Carvalho e Casanova (2010: 113) realçam o facto de os bloggers portugueses serem “uma população relativamente homogénea, possuidora de recursos em geral elevados”, mesmo que “atravessada por divisões simbólico-ideológicas”, e ainda que a questão do capital cultural e da literacia necessária à utilização da blogosfera não deva ser esquecida, não se deve minimizar “a discussão sobre a possibilidade de expansão da esfera pública facultada por este meio” (2010: 113). Uma perspectiva também seguida por Silva (2009) que vê na blogosfera um espaço de confronto e de divergência, apoiada pelo facto de mais de metade dos seus inquiridos acreditar que os temas abordados nos blogues são essenciais para a sociedade.

Araújo *et al.* (2009) assinalam que, da perspectiva dos consumidores de blogues, também existe uma relação entre esfera pública e a blogosfera, sendo esta uma extensão do espaço público dominante, construído e legitimado pelos *media* tradicionais. Por outro lado, escrevem, “a blogosfera portuguesa pode ser considerada como a sucessora dos cafés públicos do século XIX, pelo seu papel na criação de uma nova esfera pública, no sentido em que, tal como então, é um número reduzido de pessoas que centra a sua actividade em torno das questões comunicativas e políticas” (Araújo *et al.*, 2009: 122). Registando o carácter de fragmentação do espaço público que os blogues representam pela diversidade e segmentação temática que introduzem nessa ecologia mediática,

estes autores afirmam, por outro lado, o seu potencial enquanto factor de reconstrução do espaço público através do fortalecimento de redes sociais e interesses comuns.

Esses interesses comuns podem manifestar-se a vários níveis, nomeadamente em termos geográficos ou profissionais. Os blogues regionais, por exemplo, já foram descritos como espaços de cidadania e participação (Rodrigues, 2006b), permitindo difundir informações sobre uma região, estimular o debate sobre assuntos locais, promovendo a crítica e a opinião num espaço onde os *media* não actuam. Outros trabalhos exploraram as relações dos blogues com o webjornalismo – nomeadamente pelo facto de se caracterizarem por uma actualização constante dos conteúdos e interacção com os leitores/utilizadores – realçando o seu papel como fonte (Simão, 2006) ou ainda como ferramenta pedagógica (Gomes e Silva, 2006).

À semelhança do descrito para outros ambientes, Serra (2006a) procurou também perceber a importância dos links de blogues portugueses para os meios de comunicação tradicionais, para avaliar a presença de uma lógica de complementaridade, convergência ou mesmo integração. Este trabalho, que permitiu avaliar o estado da blogosfera relativamente às hiperligações num estado de desenvolvimento mais avançado do que o descrito por Granado (2004), tinha como objectivo analisar se os links para os *media* não punham “em risco a pluralidade e a polifonia informativa” ou se os blogues se constituíam em “verdadeiras alternativas, mesmo que complementares, aos meios de comunicação dominantes” (Serra, 2006a: 6). Os resultados deste estudo empírico, que envolveu 28 blogues de entre os 50 mais lidos (lista dada pelo Blogómetro), mostram que os jornais (nomeadamente, o Público e o Diário de Notícias) recebiam a maior parte dos links e notavam ainda uma posição digna de registo de *sítes* de índole mais colaborativa, como o You Tube e a Wikipedia. As ligações a outros blogues constituíam 21% do total de links. Serra concluía que as ligações dos blogues permitiam “assegurar a pluralidade e a polifonia informativa que é seu apanágio – até porque as hiperligações e referências são geralmente utilizadas, por esses blogues, não como um ponto de chegada mas como um ponto de partida” (Serra, 2006a: 17).

O nascimento e crescimento da blogosfera em Portugal foi assim acompanhado por vários estudos que procuraram compreender e caracterizar o fenómeno, revelando uma realidade diversificada e dinâmica. Autores e links dos blogues foram os objectos de estudo privilegiados, o que permitiu descrever alguns aspectos destes novos espaços de discussão, ainda que não tenha havido

investigações muito aprofundadas sobre esta temática, que não se encontra igualmente caracterizada de forma detalhada por números.

7.1.1. Uma imagem quantitativa

Não existem muitas estatísticas relacionadas com os hábitos portugueses de consumo e manutenção de blogues. Os blogues em Portugal, assim como no resto do mundo, não são um fenómeno de massas e provavelmente nunca o serão. Mas a sua difusão na sociedade está a crescer, marcada pela progressão da Internet nos hábitos dos portugueses, com uma penetração mais acentuada nas faixas mais novas da sociedade, o que indicia um fenómeno, se não em crescimento, pelo menos em estabilização nos próximos anos.

Em 2007, segundo dados do INE⁵⁹, 55,6% dos cidadãos nacionais nunca tinha utilizado a Internet – em 2011, esse valor caiu para 40,5%. Um crescimento da utilização da rede associado também ao facto de esta tecnologia estar particularmente enraizada nos hábitos dos jovens, o que também faz crer que no futuro a grande maioria dos portugueses utilizará a Internet – em 2011, 92,7% dos jovens entre os 16 e os 24 anos tinha acesso a esta plataforma. Mesmo sem dar qualquer imagem sobre a utilização da Internet para blogar ou ler blogues, o INE dá, contudo, uma ideia sobre a importância desta plataforma na interacção com as instituições políticas e de administração do Estado: 56,5% dos portugueses recorreu à Internet para obter informação de *site* de organismos da Administração Pública. E quando utilizaram a Internet, perto de quatro milhões de portugueses fizeram-no para fins privados.

Já em 2005, o estudo Netpanel da Marktest⁶⁰ assinalava que 917 mil portugueses tinham acedido a blogues a partir de casa, tendo sido visitadas 120 milhões de páginas de blogues, o que representava então mais de metade dos internautas portugueses. Um número significativo, sobretudo se a tendência de visitar blogues mantiver a proporção no total de utilizadores da Internet. Outro número mais actual do observatório Netpanel⁶¹ para a primeira semana de Fevereiro de 2012 adiantava que o domínio Blogspot (exclusivo para blogues) tinha sido acedido por mais de um milhão de utilizadores,

⁵⁹ www.ine.pt

⁶⁰ http://pdf.clipping.mediamonitor.pt/pdfTemp/etn_2659550_527_0.pdf

⁶¹ <http://www.marktest.com/wap/a/p/id~a8.aspx>

o que não esgota a imagem dos frequentadores da blogosfera já que, por exemplo, o domínio Sapo (com mais de 1,2 milhões de acessos para o mesmo período) alberga igualmente blogues. Estes números, mesmo se lidos de forma conservadora, permitem perceber que a blogosfera não é quantitativamente insignificante.

Araújo *et al.* (2009), usando dados de 2006, assinalaram que apenas um quinto dos portugueses sabia então o que era um blogue (ainda que, quando inquiridos apenas os utilizadores da Internet ou os jovens entre os 18 e os 24 anos, esse número subisse para mais de 50%). Dos utilizadores da Internet, 23,5% afirmou frequentar a blogosfera e 21,8% garantiu costumar interagir com blogues. Perto de 14% dos utilizadores da Internet mantinha então um blogue, com os bloggers-autores a serem tendencialmente mais novos que os bloggers-leitores (90% tinha menos de 35 anos). Entretenimento e vida pessoal constituíam o tema para mais de metade dos inquiridos, com apenas 3,4% e 9,9% a blogar sobre política e temas polémicos da actualidade, respectivamente.

O olhar sobre populações mais específicas, nomeadamente internautas, permite também perceber de que forma ocorre a interacção com a blogosfera. Inquéritos realizados nos Espaços Internet nas áreas metropolitanas de Lisboa, Coimbra e Porto (Azevedo e Seixas, 2011) mostram, por exemplo, que 55% dos inquiridos publicava informação na Internet, nomeadamente em blogues, uma prática mais corrente em homens e trabalhadores. O estudo do Obercom sobre a utilização da Internet em Portugal 2010 (Obercom, 2010) mostra, relativamente aos blogues, que algumas tendências já acima descritas se mantêm no tempo: blogar e ler blogues são tarefas que ocupam principalmente os internautas mais novos. Contudo, há já sinais de mudanças, uma vez que não há diferenças de género significativas na blogosfera. O documento assinala que “é ainda incipiente a descolagem para um padrão de utilização mais inovador – tanto nas práticas de consumo, pela aquisição de bens e serviços na plataforma (comércio electrónico), como na produção e distribuição de conteúdos (*user-generated contents*) – do ponto de vista da disseminação destas actividades a uma parcela mais alargada da população” (2010: 4). Contudo, este estudo mostra ainda que, relativamente aos números de 2006, há mais gente a escrever em blogues e a ler blogues.

Neste inquérito, 21% das pessoas afirmava manter um blogue, a que acresce mais 11% que não o fazia de forma regular. Neste valor, não encontramos já grandes diferenças entre homens e mulheres, mas sim discrepâncias significativas em termos de idades: trabalhar no seu próprio blogue

é uma tarefa de 32% dos inquiridos entre os 15 e os 24 anos, mas apenas de 17,3% entre os 25 e os 34 anos e de 16,5% entre os 35 e os 44 anos. Ler blogues é uma actividade para um terço dos inquiridos, com mais 27% a afirmar fazê-lo de forma mais esporádica (menos frequente que mensalmente). Ainda assim, isso significa que 60% dos internautas contacta com este universo, bem mais que os 23,5% que o faziam em 2006. Continuam a ser os mais jovens a regularmente ler blogues (40,4% dos inquiridos entre os 15 e os 24 anos), mas a diferença é menos significativa que na sua produção: a leitura é também regular para 28,9% dos que têm entre 25 e 34 anos e para 30,1% dos que têm entre 35 e 44 anos. Quanto à interacção dos internautas com a blogosfera, o estudo não apresenta dados desagregados para as redes sociais, mas refere que 24,5% faz comentários em blogues ou murais de outras pessoas.

7.2. A blogosfera política portuguesa

A dimensão política da blogosfera portuguesa foi, desde o início, muito acentuada por estudos académicos e pelos próprios *media*. Aliás, é atribuído a um blogue político (o Abrupto) a disseminação do conhecimento público sobre esta plataforma. Os grandes debates e discussões blogosféricas iniciais passaram também pelos blogues políticos, assim com as primeiras referências nos meios de comunicação social tradicionais. Silva (2009: 70) considera que a blogosfera “começou, essencialmente, por ser política” e que teve “um alargamento de participantes que veio acender muitas discussões ideológicas não possibilitadas no circunspecto mundo da comunicação social”. De acordo com Canavilhas (2004: 5), “a blogosfera portuguesa continua a fervilhar, com um nível de discussão pouco visto nos meios de comunicação tradicionais”, constituindo um “fórum de discussão ímpar”, caracterizado pelo facto de “os blogues que abordam questões políticas não [terem] parado de crescer”.

Em 2006, Pacheco Pereira assinava um artigo de opinião (Público, 15 de Junho, 2006) sobre a blogosfera em que considerava que “o sucesso dos blogues chamados «políticos» em Portugal, como aliás noutros países, não se deve a qualquer deformação da blogosfera, que continua a ser maioritariamente constituída por blogues de outra natureza mas com menos audiência, mas sim à natureza dos «assuntos correntes» que eles tratam de forma ainda mais «corrente» do que os *media*

tradicionais”⁶². Uma nota sobre a importância dos blogues políticos e a sua aproximação aos temas de interesse, não só em termos do que falam os blogues, mas também da natureza do discurso. Uma frase pode ser uma ideia e “o engraçado na blogosfera é que há pessoas que conseguem dizer numa frase o que outros não dizem em 30 linhas”, afirma Carlos Osório (Osório, 2011)⁶³, assessor de Pedro Passos Coelho na campanha eleitoral para as legislativas de 2011. “A escrita é mais imediatista; há uma discussão como se fosse num café”, acrescenta Gabriel Silva (Silva, 2011)⁶⁴, um *early* blogger agora no Blasfémias, salientando a criatividade, a ironia e o humor presentes no discurso a “que o público acha graça ou inteligente”.

Em 2003, uma discussão acesa entre a esquerda e a direita marcou a blogosfera política, envolvendo João Pereira Coutinho (jornalista e actualmente comentador no jornal Correio da Manhã) da Coluna Infame (blogue conotado com a direita partilhado por Pedro Lomba, jurista e actualmente comentador do jornal Público, e Pedro Mexia, escritor) e Daniel Oliveira (ligado ao Bloco de Esquerda e actualmente comentador no jornal Expresso), no Blogue de Esquerda. João Pereira Coutinho e Daniel Oliveira envolveram-se numa troca de argumentos nas páginas dos respectivos blogues, o que levou Pedro Lomba e Pedro Mexia a demarcarem-se publicamente das afirmações do colega de blogue, que tinha respondido de forma virulenta à acusação de ser da extrema-direita escrita por Daniel Oliveira. Na sequência deste distanciamento, João Pereira Coutinho resolveu sair do blogue e os outros dois autores acabaram por encerrar a Coluna Infame. Este facto mereceu referência no editorial do jornal Público: “Más notícias na blogosfera: acabou uma das suas páginas de referência, a Coluna Infame. O debate democrático ficou mais pobre” (Público, 13 de Junho de 2003). Em Junho de 2003, escreve Santos (2004), o Público dedicou 18 textos aos blogues em diferentes secções, numa exposição a este novo espaço público em que foi seguido por outras publicações de referência como o Expresso e a Visão. Logo de seguida, o Parlamento português aprovou a criação de blogues por parte dos seus membros na página oficial.

O que este episódio envolvendo a Coluna Infame demonstra ainda é que os blogues podem ter um ciclo de vida curto, mas que a renovação é constante, sobretudo porque os seus autores podem fechar blogues, mas reabrem logo outros. Os bloggers da Coluna Infame encontraram um novo

⁶² <http://abrupto.blogspot.pt/2006/06/blogues-apoteose-do-presente-os-blogues.html>

⁶³ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

⁶⁴ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

espaço na blogosfera e, quando acabou o Blogue de Esquerda, alguns dos seus autores partiram para a Aspirina B. Daniel Oliveira, no cerne desta primeira polémica na blogosfera, entrou depois para o Barnabé, de onde saiu e veio a criar o Arrastão. Em alguns casos, os blogues desaparecidos eram projectos colectivos que se tornaram depois iniciativas individuais de bloggers. Em outros casos, verificaram-se cisões nos projectos colectivos, que deram origem a outras experiências colectivas, como aconteceu com o blogue 5 Dias, de onde saíram, por exemplo, Fernanda Câncio (jornalista) e Shyznogud para fundar o Jugular. Mas, na maioria dos casos dos blogues políticos, a tendência foi para a aglutinação e concentração. É o caso do blogue Mata-Mouros (Carlos Abreu Amorim, Carlos Loureiro e Luís Rocha), que veio a originar o Blasfémias, um dos blogues políticos mais lidos. Em Fevereiro de 2004, os bloggers do Mata-Mouros anunciaram “a primeira fusão na lusa-blogosfera” com a criação no Blasfémias, a que se juntaram ainda o Cidadão Livre (Gabriel Silva) e o Cataláxia (Rui Albuquerque)⁶⁵.

A volatilidade dos blogues não significa assim que não se mantenha alguma perenidade na blogosfera, já que grande parte dos bloggers mantém um constante ritmo de criação-crescimento-morte que redunde, quase invariavelmente, numa nova criação. Assim, apesar de nem todos os blogues criados na blogosfera portuguesa terem seguido este ciclo de renovação, a blogosfera manteve a sua dimensão. “Claro que sabemos que criar e manter não é a mesma coisa, e que muitos dos blogues nascentes não passam do acto da criação, mas mesmo assim só um cego é que não percebe que se está perante um fenómeno que marcará a nossa época” (Pacheco Pereira, Público, 15/06/2006)⁶⁶.

Segundo alguns autores, esta polarização da blogosfera política entre Esquerda e Direita (visível na polémica envolvendo a Coluna Infame) é um facto marcante na sua constituição. Canavilhas (2004: 4) garante que “um dos assuntos que marca a blogosfera portuguesa desde o seu início é a discussão política entre a esquerda e a direita”, uma dicotomia que “ganhou maior visibilidade” com o aparecimento de um outro elemento, o Blogue dos Marretas. Outros autores (Carvalho e Casanova, 2010) vêem na blogosfera um atravessamento mais amplo de ideologias. Alguns bloggers ouvidos no âmbito desta dissertação apontam mais para um carácter fragmentado da blogosfera do que polarizado, sendo de assinalar o facto de terem nascido blogues de relevância assinalável nesse

⁶⁵ <http://matamouros.blogspot.pt/>

⁶⁶ <http://abrupto.blogspot.pt/2006/06/blogues-apoteose-do-presente-os-blogues.html>

universo (por estarem, nomeadamente, entre os mais lidos) que partilham de uma ideologia mais liberal, como o Blasfémias ou o Insurgente.

Canavilhas (2004) estudou os blogues políticos portugueses procurando perceber a motivação dos seus autores e encontrou aí algumas diferenças quando ponderadas as filiações ideológicas assumidas pelos bloggers. Por exemplo, os bloggers de direita valorizavam mais o informar e ser informado, ao passo que os de esquerda davam primazia à intervenção cívica, sendo que o terceiro aspecto mais referenciado em termos de motivações – necessidade de um espaço de opinião inalcançável nos *media* tradicionais – recolhia igual adesão de ambos os lados. Este estudou, que envolveu 35 blogues, encontrou também divergências na natureza do blogue: os de direita eram maioritariamente individuais, enquanto que os de esquerda (normalmente, mais jovens) se dividiam entre espaços colectivos e individuais. O autor conclui que, por depender ainda do impulso dos *media* tradicionais para aceder à esfera pública, a blogosfera não criou novos actores na comunicação política. Contudo, realça, “o recurso aos *media* tradicionais resulta de uma negociação entre mediasfera e blogosfera, pelo que não deve ser vista como um dependência de uma parte em relação à outra” (Canavilhas, 2004: 22).

A polarização partidária na blogosfera política foi também analisada por Moura (2009), que explorou o comportamento de dois blogues, Simplex e Jamais, criados para apoiar os partidos PS e PSD nas eleições de 2009, respectivamente. Assinalando a “existência de profundas simetrias na forma com os dois blogues interagiram entre si, com a restante blogosfera e mesmo com o mundo político em geral”, o investigador afirma, contudo, que o Jamais “teve uma prática muito mais insular do que o Simplex, hiperligando mais vezes blogues do seu quadrante político” e mostrou maior agressividade – por animosidade ao então primeiro-ministro ou pela posição assumida de *challenger* (por ser o partido de oposição). Comparando estes dados com a discussão na blogosfera portuguesa relativamente às eleições dos EUA, o investigador conclui pela maior agressividade, polarização, propaganda e interacção com os pares no combate nacional que justifica pelo ambiente de cruzada vivido desde o início da campanha eleitoral de 2009.

Alguns estudos (Montez e Gama, 2006; Serra, 2009) assinalam a capacidade de mobilização dos blogues em torno de questões que acabaram por chegar aos *media* tradicionais. É o caso de duas micro-causas surgidas na blogosfera, uma envolvendo o governo de José Sócrates e o aeroporto da

Ota, e outra tendo por alvo o jornal Público e a justificação de fontes. O primeiro momento de mobilização foi levantado por José Pacheco Pereira, no Abruto, em Julho de 2005⁶⁷, com a seguinte pergunta: “Micro-causas: pode o governo sff colocar em linha os estudos sobre o Aeroporto da Ota para que na sociedade portuguesa se valorize mais a «busca de soluções» em detrimento da «especulação»? Esse pedido veio a ser subscrito por outros blogues e o assunto acabou por saltar para os jornais e entrar na agenda política. Outro caso tem por alvo o jornal Público e as suas notícias sobre o regresso de Fátima Felgueiras a Portugal e contactos que teria mantido com dirigentes do partido socialista. Levantadas pelo blogue Bloguítica⁶⁸, as questões “pode o Público sff esclarecer com quem é que Fátima Felgueiras manteve contactos no secretariado nacional do PS? Quando é que esses contactos tiveram lugar? Quem é que informou Jaime Gama previamente da libertação de Fátima Felgueiras?” encontraram eco em mais de 80 outros blogues⁶⁹ e acabaram por ser respondidas pelo director do jornal num programa de televisão.

Esta capacidade de agendamento dos blogues foi também explorada por Serra (2009) que realizou um estudo de caso a quatro momentos altos da blogosfera política (norte-americana e portuguesa), assinalando que a análise das relações de mútua influência entre os agendamentos dos blogues e dos *media mainstream* apresentada “permite concluir que, pelo menos neste momento, elas podem ser vistas, mais do que em termos de ‘canabalização’ ou de substituição de uns meios pelos outros, em termos de simbiose e complementaridade” (Serra, 2009: 12). Os meios de comunicação *mainstream* terão por função dominante, recolher, tratar e divulgar informações, ao passo que os blogues exercem o papel da interpretação, crítica e avaliação dessas informações. Uma leitura que vai de encontro à posição de Cardoso (2006: 539), segundo o qual os blogues são uma “complementaridade” aos *mass media*, sendo que o objectivo “não é, na maior parte dos casos, o protesto ou a proposta de agendas alternativas, mas, quando muito, o influenciar da agenda segundo as mesmas regras e temáticas já presentes nos modelos de *gatekeeping* da imprensa generalista de referência”.

A percepção de que a blogosfera política é importante e incontornável não terá, hoje em dia, muitos opositores. Editores de política de jornais ouvidos no âmbito desta dissertação assinalam a sua

⁶⁷ <http://abrupto.blogspot.com/2005/07/intendncia-actualizao-dos-estudos-sobre.html>

⁶⁸ <http://bloguitica.blogspot.com/2005/10/micro-causa-1221-pode-o-jornal-pblico.html>

⁶⁹ Ver, por exemplo, <http://atrium.weblog.com.pt/arquivo/210763.htm> ou <http://quartarepublica.blogspot.com/2005/10/bloguitica-e-o-pblico.html>

relação íntima com jornalistas e políticos. Leonete Botelho⁷⁰, editora do Público, indica a sua importância como factor de democratização da opinião e como ferramenta de trabalho. Jorge Pinto, editor do Jornal de Notícias, salienta também o facto de ser uma “base de notícias” e que, talvez não influenciando directamente o poder político, “empurra uns para dentro e outros para fora do centro do poder” (Pinto, 2011)⁷¹. Pedro Correia, jornalista de política do Diário de Notícias e também blogger (Delito de Opinião e Albergue Espanhol), acredita numa crescente importância da blogosfera, até porque políticos e assessores lêem-na com regularidade: “Não há líder de opinião que comente diariamente os acontecimentos nas televisões que não passe primeiro os olhos pelos blogues” (Correia, 2011)⁷².

Por outro lado, outros actores – da blogosfera e do campo político – acreditam que este universo enfrenta, depois do vigor inicial, uma certa apatia, desinteresse. É a posição de Carlos Osório baseada no facto de “as audiências da blogosfera estarem a descer” (Osório, 2011), ou do blogger João Miranda (que começou no Liberdade de Expressão e passou para o Blasfémias), que lhe aponta uma certa contaminação partidária e uma aproximação aos *media* tradicionais: “As coisas vão existindo, mas não com o mesmo entusiasmo; cresceu e estabilizou. Acho que a originalidade se foi perdendo à medida que escrevem mais os profissionais” (Miranda, 2011)⁷³. Também Gabriel Silva (do Blasfémias) considera que o impacto dos blogues já foi maior e que estes encontram hoje concorrência no Facebook ou no Twitter, mas ainda assim mantendo um espaço próprio de argumentação e discussão.

Não chegando ao grande público, como o demonstram as estatísticas de utilização e penetração, o poder da blogosfera política será o de influenciar os influentes – os jornalistas, os comentadores dos *media mainstream*, os políticos. Terá, segundo a blogger Shyznogud (Jugular) uma capacidade limitada de influenciar os centros de poder político: os “casos de recrutamento político via blogosfera” são “situações muito marginais” (Shyznogud, 2011)⁷⁴ – e também uma influência na opinião pública indirecta, dependente do eco dos seus posts. Mas conseguem, continua a blogger, “ser massa crítica dos *media* tradicionais” e, explica Carlos Osório, “os decisores políticos continuam

⁷⁰ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

⁷¹ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

⁷² Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

⁷³ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

⁷⁴ Declarações obtidas no âmbito de uma entrevista para esta dissertação – ver anexo B

a ler” (Osório, 2011). Assim, não será de estranhar existir um assessor para a blogosfera numa campanha eleitoral nem os esforços desenvolvidos, neste caso em particular, para mudar a percepção sobre o candidato: “A imagem de Pedro Passos Coelho na blogosfera era negativa, mesmo nos blogues da mesma área política” (Osório, 2011). E por isso, os responsáveis pela campanha organizaram encontros com bloggers e promoveram uma interacção próxima com eles, para responder a casos de necessidade de documentos ou informação.

O impacto dos blogues políticos parece, de acordo com jornalistas e bloggers ouvidos no âmbito desta dissertação, continuar a ser incontornável no espaço mediático e político. E marca uma diferença significativa, assinalada por Leonete Botelho e por Gabriel Silva, face à comunicação política tradicional: a autoridade de quem fala na blogosfera não advém de um qualquer cargo ou papel partidário nem do facto de ocupar um espaço de opinião seleccionado em meios de comunicação social. Há, nas palavras da editora de Política do Público, “uma qualidade intrínseca das pessoas” (Botelho, 2011), ou, como refere Gabriel Silva, “relevância pelo nome, que tem autoridade por aquilo que escreve, não porque seja vedeta de televisão ou tenha uma qualquer profissão: a autoridade dos blogues advém da qualidade e da relevância daquilo que escreve” (Silva, 2011).

Poderá essa diferença que os blogues incorporam face aos centros de poder políticos tradicionais e aos meios de comunicação *mainstream* ser algo novo na esfera do debate político? O enquadramento tecnológico é obviamente recente, mas a existência de discussão sobre o governo das sociedades, tal como encontramos na blogosfera, poderá ter raízes em outros ambientes sociais e tecnológicos, cujos contornos se podem aprofundar.

7.3. As raízes da blogosfera: uma incursão aos séculos XVIII e XIX

Em Julho de 2011, a revista *The Economist* publicou um trabalho sobre o futuro das notícias onde questionava o facto de os novos *media* estarem a trazer a sociedade de volta aos cafés dos séculos XIX, ao espírito de conversação e debate que se viveria então. “Telemóveis com câmaras e *media* sociais, como blogues, Facebook e Twitter podem parecer completamente novos, mas eles ecoam a forma como as pessoas recolheram, partilharam e trocaram informação no passado” (The

Economist, 9-15/07/2011)⁷⁵. A analogia tem por palco os cafés do século XIX, os mesmos espaços que Habermas (1989) identificou como plataforma e meio primordial da primeira esfera pública. E, de facto, apesar do carácter revolucionário da tecnologia da Internet, algumas raízes dessas novas ferramentas, como são os blogues, poderão ser encontradas num passado pré-industrial. Ou seja, será de facto a blogosfera radicalmente nova?

Num texto publicado no The New York Review of Books, o historiador norte-americano Robert Darnton dá o tom para a resposta: “Blogging, now and then”⁷⁶, ou seja, “Blogar, agora e no passado”. Haverá passado para a blogosfera para trás dos anos 90 do século XX? O historiador acredita que sim e traça um paralelismo entre os jornais ingleses do século XVIII e os blogues de rumores e fofocas que visam figuras públicas com duas características básicas, incivilidade e celebridade. Manuel Pinto, no blogue “Da Caverna ao Ciberespaço”⁷⁷, resume a tese: “A febre das notícias e dos rumores, a personalização da informação, a insatisfação com os processos tradicionais de circulação das notícias poderiam – *mutatis mutandis* – ser elementos de quadros de fundo com as suas semelhanças”.

Robert Darnton centra a sua analogia no conteúdo (escândalos e mensagens grosseiras visando figuras conhecidas) e na forma: o parágrafo, como unidade auto-suficiente de notícias, sem relação com o anterior ou com o seguinte. E (voltando ao trabalho do The Economist) a fonte destas fofocas encontrava-se, muitas vezes, nos cafés onde as vidas privadas eram discutidas. Robert Darnton encontra ainda semelhanças dos blogues com umas folhas volantes, tipo boletins, que circulavam na França do século XVIII pré-Revolução e que eram constituídas por frases soltas, chamadas então de anedotas no sentido de histórias secretas. Ou seja, essas anedotas seriam o equivalente da idade moderna à actual blogosfera: os leitores franceses consumiam então tanto escândalo com a vida privada das grandes figuras da sociedade como liam tratados sobre o abuso de poder. “De facto, anedotas e discurso político reforçavam-se mutuamente”, explica o historiador, questionando se poderão os blogues quebrar a política tradicional tal como estas folhas o fizeram na França do século XVIII.

⁷⁵ <http://www.economist.com/node/18928416>

⁷⁶ <http://www.nybooks.com/blogs/nyrblog/2010/mar/18/blogging-now-and-then/>

⁷⁷ <http://historiacm.blogspot.pt/>

Estas semelhanças levaram alguns autores a cunhar os bloggers como os novos panfletários. Rettberg (2008: 40-41), ao explorar os antecedentes impressos dos blogues, refere os panfletos do século XVII como “uma nova forma de comunicação radical, popular e disseminada graças à combinação da imprensa, maiores níveis de literacia e o levantamento da censura”. À semelhança dos blogues, a então disseminação de publicações impressas polémicas levava a mais publicações (para refutar, concordar, contra-argumentar ou vingar). Kochan (2006: 99) assinala igualmente que “muito como a imprensa, a Internet permite a cada indivíduo que bloga ser um panfletário no mercado das ideias”. Ou seja, tal como com as folhas volantes e outras formas similares de comunicação, toda a gente pode escrever, ser o seu próprio editor, gritar e espalhar o seu panfleto no espaço público. Quer nos panfletos, quer nos blogues, encontramos anonimato e pseudónimos e também ambos permitem que mentes errantes e indivíduos aprendam, debatam e conversem.

Outra perspectiva, adoptada por Moe (2010), sugere precauções no estabelecimento das analogias de forma a que aspectos genuinamente novos da esfera pública mediatizada não sejam ignorados ou subestimados. Assim, existem de facto similaridades, como o aproveitamento do baixo custo, velocidade e flexibilidade da tecnologia disponível para diminuir os custos da participação política. Por outro lado, os blogues, tal como os panfletos, diversificaram estilos e géneros, ao mesmo tempo que o anonimato permitia encobrir identidades. Mas os contextos sociais, afirma Moe, são completamente diferentes, em termos de literacia dos cidadãos, economia capitalista, liberdade de expressão e de voto. Os panfletos foram usados como forma de promoção da democratização, numa altura em que vigoravam então muitas formas de censura, defendendo assim uma ainda inalcançada liberdade de expressão. Os blogues, conclui o autor, podem ser armas poderosas (sobretudo em sociedades mais autoritárias), mas os contextos sociais são essenciais para perceber os impactos das novas formas de comunicação.

Mesmo tendo na mente estas precauções, podemos tentar encontrar uma resposta à questão inicial sobre a verdadeira novidade que poderá constituir a blogosfera numa exploração da história portuguesa dos *media*. As analogias traçadas entre blogues e imprensa panfletária farão também sentido em Portugal, embora o panfletarismo tenha passado por diferentes fases. No século XVIII, o panfleto era um texto longo, não periódico, com um estilo violento que apresentava uma “visão parcial e pouco objectiva”, visando “o ataque social e, normalmente, pessoal” (Tengarrinha, 1989: 74), cujos autores, apesar das tentativas das autoridades, não eram identificados. Alguns blogues,

como o já citado no capítulo 1 Chicken Charles ou também o Póvoa Online (que veremos na secção seguinte), partilham algumas características desta literatura panfletária. Mas, este tipo de blogues não constitui a maioria dos blogues em Portugal e não estará igualmente entre os blogues políticos mais importantes. Os panfletos publicados noutra fase em Portugal, já no decurso do século XIX, são considerados como uma “extensão” do jornalismo de opinião, mas mais virados para a promoção da agitação social e da acção (Tengarrinha, 1989: 174). Não eram assim o espaço da construção da opinião e da reflexão política: esse era o papel do jornalismo de opinião.

Assim, reconhecendo como plausível que alguns blogues portugueses, genericamente, possam ter também pontos de encontro com a imprensa panfletária, que em Portugal floresceu ao longo do século XVIII e princípios do século XIX, não podemos esquecer que os blogues políticos, de maior impacto no espaço público, têm outras características. Assim, seria igualmente relevante procurar publicações com propriedades semelhantes a esse universo específico em Portugal. Se considerarmos que os blogues políticos são um meio de divulgação maioritariamente de comentários e opiniões com alguma regularidade temporal, que recorre a um estilo diverso (factual, argumentativo, irónico ou satírico) e que visa mobilizar sensibilidades, então podemos encontrar algumas semelhanças com a imprensa pré-industrial, a que Tengarrinha (1989: 133) chama de imprensa romântica e de opinião, e que surgiu em Portugal por volta da revolução de 1820: “Com um conteúdo vivo e dinamismo revolucionário, os jornais eram uma força real que os liberais não podiam desprezar e de cujo alcance só agora, verdadeiramente, os governantes se começavam a aperceber”.

Em primeiro lugar, existe um ponto de contacto no género de ambos estes meios. Blogues e imprensa romântica (esta sobretudo depois de 1834) são principalmente formas de expressão da opinião, mobilizada em torno de causas, normalmente políticas. Ambos serão ainda projectos, na maioria dos casos, com alguma periodicidade. Mesmo no interregno miguelista (que suprimiu muitas das liberdades de imprensa até aí conquistadas), encontramos publicações onde se fazia uma entusiasmada defesa do rei absolutista, como a *Besta Esfolada*, o *Desengano*, o *Mastigoforo* ou o *Cacete*. Existem ainda semelhanças em termos de estilo: o humor, a ironia e a sátira coincidem com um discurso argumentativo (de eloquência e oratória parlamentar, no caso do jornalismo romântico) onde nem sempre o tom factual é preponderante. As *Farpas*, de Eça de Queirós e Ramalho Ortigão eram, segundo Eça, “a ironia ao serviço da Justiça”. Em ambos ainda, há anonimato e também a

utilização de pseudónimos, principalmente mais tarde (no que diz respeito à imprensa romântica), sob a forma de publicações clandestinas, durante a guerra civil, em 1846-47, e depois quando surgem as primeiras publicações republicanas.

Por outro lado, vemos ainda semelhanças em termos do conteúdo: coexistência de facções que se debatem no espaço público, mas também publicações que não se revêem na estrutura do poder da época. No que diz respeito à imprensa romântica, explica Tengarrinha (1989: 155) que, após 1836, “surgem também os primeiros periódicos que, vislumbrando as contradições internas do liberalismo, não são nem progressistas nem moderados” onde se exprime “um estado de insatisfação, de desacordo tanto em relações a uns como a outros, ou seja, uma posição meramente negativa”. O Azorruge (1838) afirmava: “Não tem cor política e não pertence a partidos, vibrando estocadas à esquerda e à direita, apenas com o fito no bem do povo”. Na blogosfera também há apresentação de intenções que apontam para a ausência de filiações: “O Cachimbo de Magritte é um blogue de comentário político. Ocasionalmente, trata também de coisas sérias. Sabe que a realidade nem sempre é o que parece. Não tem uma ideologia e desconfia de ideologias”⁷⁸.

Mas a defesa de ideologias também faz parte da natureza da imprensa de opinião, assim como da blogosfera. Por exemplo, é de salientar o papel da imprensa republicana que desenvolveu uma acção de “primeira importância”, sendo a “tribuna mais incisiva e de mais profundo efeito, preparando os espíritos para o movimento que eclodiria vitoriosamente em 5 de Outubro” (Tengarrinha, 1989: 240). Mesmo evitando uma comparação entre imprensa republicana e blogosfera em termos do impacto social e potencialmente revolucionário destes meios, é visível que ambos apontam o dedo ao regime vigente e seus problemas em termos, por exemplo, de ligações perigosas no poder. “A República – Jornal do Povo” escrevia, por exemplo, em 1848 numa secção chamadas de “Notícias diversas” e “Variedades”, sobre o alegado caso amoroso que a rainha D. Maria II manteria com o seu primeiro-ministro, António Costa Cabral, chamado de conde Andeiro (numa alusão ao conde galego com quem D. Leonor Teles, considerada traidora de Portugal, se relacionou no século XIV). Denúncia de ligações perigosas na cúpula do Poder que também encontramos na blogosfera: “Mas não há limites

⁷⁸ <http://cachimbodemagritte.com/>

para a pornografia de que José Sócrates é capaz, nem mesmo por se ter sabido entretanto que o processo Face Oculta regista as ligações perigosas entre João Cordeiro e o primeiro-ministro”⁷⁹.

Outros pontos de contacto podem ser identificados também no reconhecimento de problemas ao governo, nomeadamente em termos de transparência. Em 1860, o *Ecco Popular* “denuncia de modo implacável as situações em que «os amigos puxaram cadeiras e sentaram-se à mesa do orçamento»” e casos em o “governo realiza negócios que não são claros” (Reis, 1997). Em 2011, encontramos igual espírito de denúncia na blogosfera, contra as SCUT⁸⁰ e os negócios pouco claros que envolvem dirigentes do governo e grupos empresariais privados⁸¹. E vemos referências nos exactos termos da imprensa romântica, como se pode ver no blogue *Crónicas do Rochedo* a propósito do ministro Mota Soares: “O seu discurso da treta salazarenta não aquece nem arrefece, apenas nos ajuda a perceber que é mais um hipócrita a comer à mesa do orçamento”⁸².

Podemos ainda assinalar um ponto de contacto na volatilidade das publicações românticas e dos blogues: autores e editores que criam títulos que morrem para logo de seguida criarem outro título. Acontece na blogosfera, como vimos, e aconteceu também na imprensa romântica e de opinião, como se pode ver, por exemplo na seguinte explicação da própria publicação: «O *Espectro* vai substituir O *Eco* de Santarém. Este último título correspondia pouco à grandeza do projecto” (Tengarrinha, 1989: 166). Outra característica que pode ainda ser identificada em ambos os meios diz respeito à participação de pessoas que estão fora do país. Vários bloggers, como, por exemplo, do *Blasfémias*, *Insurgente* ou *Portugal Contemporâneo*, estão no estrangeiro e também na imprensa romântica, títulos como *O Português* (de Londres), *O Português Emigrante* (Plymouth) ou *O Português Constitucional* em Londres eram escritos por pessoas a viver longe de Portugal.

Finalmente, a taxinomia própria que blogues e jornais do século XIX (sobretudo) escolhem para se nomear é também significativa: é de relevar a expressividade e criatividade dos títulos e nomes, face a um certo cuidado asséptico nos tempos actuais na escolha dos meios de comunicação social (muito baseado também em siglas). A manifestação da mensagem pretendida pelo autor/editor é visível até pelo nome que é dado ao blogue, tal como o nome da publicação poderia indicar uma

⁷⁹ <http://aventar.eu/2010/03/05/socrates-e-o-polvo-das-farmacias/>

⁸⁰ <http://cachimbodemagritte.com/3033933.html>

⁸¹ <http://vidabreve.wordpress.com/2011/05/25/a-historia-secreta/>

⁸² <http://cronicasdorochedo.blogspot.com/2011/10/grande-lata.html>

causa, uma motivação. Encontramos mesmo nomes iguais, como o do blogue Espectro (criação efémera de Vasco Pulido Valente e Constança Cunha e Sá em 2006)⁸³, igual a uma publicação de 1846, “o jornal clandestino mais importante da nossa imprensa periódica até ao aparecimento do Avante” (Tengarrinha, 1989: 168). É também o caso do Almocreve das Petas⁸⁴ que foi buscar o nome a um periódico humorístico do final do século XVIII, cujas tiradas atingiam “valores e pessoas até aí severamente respeitados” (Tengarrinha, 1989: 55). Outros nomes de blogues são também muito coincidentes como o Jumento (por comparação ao jornal o Burro), o Espectador Portuguez ou as Farpas⁸⁵.

A irreverência e criatividade dos nomes da imprensa romântica e dos blogues pode ser considerada uma outra semelhança entre ambos os meios, como se pode verificar na proposta de classificação (ver quadro 7.1.) apresentada. Para além dos títulos indicativos, que serão um pouco mais neutros e seguirão uma filosofia mais próxima da actual titulação de jornais e outros meios de comunicação social, encontramos duas outras categorias: os títulos simbólicos, com referências a acontecimentos históricos, artísticos ou desenvolvimentos esperados (sobretudo na imprensa republicana), e os disruptivos, onde encontramos alguma combatividade e mesmo agressividade verbal.

A blogosfera é radicalmente nova? O tecnologia revoluciona, os *media* mudam, mas há traços que permanecem e vão sendo reconfigurados. Como dizem Briggs e Burke (2005: 3), “alguns fenómenos nos *media* são mais velhos do que é geralmente reconhecido”. Neste caso em particular, a blogosfera parece assim dar continuidade à necessidade de haver no espaço público um meio (escrito, mas hoje em dia também multimédia) para expressões partidárias – não porque necessariamente ligadas a partidos políticos, mas porque tomam parte em questões, em causas.

É claro que, sendo os contextos sociais de ambas (blogosfera e imprensa romântica) completamente diferentes, estas analogias traçadas não significam que o impacto social (revolucionário e de mudança de regime da monarquia para a república) se irá repetir e esse cuidado deve ser tido em conta quando se tecem analogias históricas. A imprensa romântica é “aquela que funda o regime constitucional” e “extinguir-se-á à medida que se afirma a irreversibilidade do regime de liberdade

⁸³ <http://o-espectro.blogspot.pt/>

⁸⁴ <http://almocrevedaspetas.blogspot.pt/>

⁸⁵ Uma similitude também encontrada em blogues brasileiros, não políticos, como o Artilheiro ou o Azorrague de Fogo (de índole religiosa).

Quadro 7.1. – Proposta de classificação de nomes de blogues e publicações (nomes são exemplificativos, não exaustivos)

Títulos	Disruptivos	Indicativos	Simbólicos
Jornais século XVIII	O desaprovador O espectador A besta esfolada O desengano A contra Mina O cacete As Farpas O artilheiro O azorrague O espectro A luta Mastigoforo Desamador dos Asnos da Ibéria O Burro	Correio da Península Correio Brasiliense Investigador Português em Inglaterra Correio do Porto Defesa de Portugal O nacional Eco de Santarém Portugal Velho A Tribuna	O Lagarde Português Os Enjeitados da Fortuna na Roda do Tempo A Coalisão É tarde A Alvorada Navalha de Figaro A República
Blogues	Blasfémias Jugular Arrastão Abrupto Insurgente Aventar Abrupto A prescrutadora Espectador Interessado O Espectro O Jumento As Farpas Espectador Portuguez	Portugal Contemporâneo Do Portugal Profundo Da Literatura Causa Nossa 5 Dias Baixa do Porto Tribuna Socialista	Delito de Opinião Cachimbo de Magritte 31 da Armada Aspirina B Corta-Fitas Albergue Espanhol Quarta República Portugal dos Pequeninos Vias de Facto Margens de Erro

política” (Reis, 1997: 143). A blogosfera é ainda, apesar da velocidade que caracteriza a actual era digital, um fenómeno recente que não nos permite grandes ilações sobre o seu futuro. Contudo, podemos traçar paralelismos entre as duas épocas, no que diz respeito, às revoluções tecnológicas e impactos na sociedade. “Existiu (e existe) uma interligação muito grande entre o pensamento, a filosofia, as ideias, e a evolução dos meios tecnológicos ao serviço dessas mesmas ideias” (Vieira, 2007: 29-30).

O final do século XVIII e o século XIX presenciaram a revolução industrial, que acelerou, de forma nunca então vista, a comunicação, a vida social e económica: “Um grande, inesperado e repentino aumento de aplicações tecnológicas transformou os processos de produção e distribuição” (Castells, 2005: 40). O telégrafo permitiu separar a mensagem do transporte, tornando instantânea a comunicação entre pontos distantes. O caminho de ferro acelerou a circulação de pessoas e de produtos, e, conseqüentemente, das ideias (Mattelart, 1999). Ao mesmo tempo, por toda a Europa, a revolução liberal libertou consciências, abrindo o campo para o debate. A compressão do tempo e do espaço tinha também como reverso a abertura dos espíritos.

Na década final do século XX e nesta primeira do século XXI, uma nova revolução tecnológica potencia o aceleração da vida social e económica (Katambwe, 2002): a Internet afirmou-se como um fenómeno social, sobretudo, com a Web 2.0, novas possibilidades de publicação, comunicação e edição modificaram a comunicação à escala global. “A universidade da linguagem digital e a pura lógica do trabalho em rede do sistema de comunicação criavam as condições tecnológicas para a comunicação horizontal e global” (Castells, 2005: 55). Tal como a revolução liberal significou a crítica às então instituições de poder, também nesta plataforma encontramos espaço para um movimento social de contestação social (por exemplo, à globalização), que engloba os *media* clássicos ligados ao poder, organizados em monopólios de grupos económico-políticos e profissionais. “O surgimento de um novo sistema electrónico de comunicação, caracterizado pelo seu alcance global, a integração de todos os meios de comunicação e interactividade potencial, está a mudar e mudará para sempre a nossa cultura” (Castells, 2005: 433).

Encontramos na história dos *media* um discurso messiânico recorrente relativamente às capacidades das novas tecnologias para revolucionar a democracia, a participação, o bem-estar social (Jeanneney, 1986; Mattelart, 1999; McChesney, 2008), mas sabemos também que é a apropriação por parte das

peçoas que, em última instância, dita a transformação de uma qualquer invenção tecnológica em inovação social (Stöber, 2004; Oliveira *et al.*, 2004). Assim, para percebermos o impacto que a blogosfera política eventualmente poderá ter no regime e estrutura de poder português há que conhecer melhor os actores sociais que usam a tecnologia e atentar de perto na evolução das matérias de regulação. A imprensa romântica e de opinião foi profundamente marcada pelas estratégias de controlo e censura por parte do poder (com liberdades de imprensa a serem concedidas e retiradas ao sabor dos desenvolvimentos políticos) e isso terá também influenciado o rumo dos acontecimentos. “Em conclusão, poder-se-ia pensar que a liberdade de imprensa foi para o regime da monarquia constitucional, simultaneamente, o sustentáculo e a causa primeira da sua destruição” (Franco, 1993: 33).

7.4. A (não) regulação da blogosfera

Se podemos tirar uma lição da análise dos paralelismos entre a blogosfera e a imprensa romântica do século XIX, é a da importância das tentativas de regulação. E esta é uma das problemáticas que atravessaram a blogosfera, e sobretudo pela blogosfera política, com foco sobre as possibilidades, vantagens ou inconvenientes da sua regulação a nível dos conteúdos. Esta questão está obviamente relacionada de forma íntima com a regulação da própria Internet, uma discussão ela própria inacabada. Desde a divulgação da tecnologia, “uma coligação formada por uma comunidade de utilizadores activa, libertários civis e tribunais norte-americanos converteu-se nos guardiões da autonomia da Internet, de forma que uma grande parte da rede seguiu sendo um vasto espaço social de experimentação, sociabilidade e expressão cultural independente” (Castells, 2009: 151). Foi dessa experimentação que nasceu a blogosfera, herdeira do espírito de liberdade da rede e, por isso também, defensora dos direitos de liberdade de expressão.

Assim, escreve Silva (2005:8), “historicamente assistimos a uma enorme relutância em regular o mundo virtual, um tipo de «Internet-fobia» assacada à melhor doutrina, tendo-se a rede *ab initio* caracterizado por um espaço de anarquia, insubmisso à soberania de um governo autónomo ou de qualquer órgão centralizado passível de impor comportamentos”. É claro que a Internet, sendo uma ferramenta promissora em termos de expressão de liberdades fundamentais e promoção da cidadania e democracia, tem também problemas, nomeadamente no que diz respeito à presença de

conteúdos ofensivos, pornografia infantil, terrorismo, criminalidade económica, segurança e privacidade dos cidadãos. Por isso se justifica a existência de esforços para encontrar uma governação global para a Internet, nomeadamente a nível das Nações Unidas, que datam já de meados dos anos 90 e envolveram diversos organismos internacionais, assim como instituições norte-americanas. Contudo, poucos progressos se podem assinalar no que diz respeito ao alcance de um acordo internacional sobre a matéria.

O maior problema será a falta de concordância relativamente a princípios básicos e normas de funcionamento da Internet (Mueller *et al.*, 2007), que poderiam fornecer o enquadramento da regulação. “A Internet apresenta desafios à governação (*governance*)”, escreve Klein (2002:193), definindo governação como “existência de uma autoridade capaz de proferir regras aplicadas globalmente à utilização da Internet apoiada em sanções”, sendo que no seu conjunto “a Internet não tem um sistema efectivo autoritário de promulgação de regras e com capacidade para executá-las”. Tecnologia difícil de controlar e alcance global, o que cria conflitos jurisdicionais, são as principais dificuldades que se colocam a esta governação.

A gestão desta plataforma tem sido feita, desde 1998, pela Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), uma organização privada e sem fins lucrativos localizada nos Estados Unidos criada para realizar a coordenação técnica da tecnologia. Contudo, esta será, para alguns autores, “o desenvolvimento mais significativo no sentido de tornar a Internet governável” (Klein, 2002: 193). A importância atribuída à possibilidade de uma governação da Internet é sentida ainda no envolvimento de instituições internacionais, como a ONU ou a Comissão Europeia. A ONU emitiu, no âmbito do World Summit on the Information Society, a Declaração de Tunis, onde reafirma que a governação (*governance*) da Internet deve “constituir um assunto central da agenda da Sociedade de Informação” e que a “gestão internacional da Internet deve ser multilateral, transparente e democrática, com o total envolvimento de governos, do sector privado, sociedade civil e organizações internacionais” (ONU, 2005: 6). Esta instituição suporta actualmente um grupo de trabalho com vista a melhorar o Internet Governance Fórum, um espaço de reflexão e de propostas sobre esta matéria, que promove reuniões anuais com parceiros, grupos de interesse e estados de forma a promover iniciativas de regulação.

Também a Comissão Europeia tem assumido a apologia de uma governação da Internet, defendendo um modelo de governação aberto, independente e assente na responsabilização (Comissão Europeia, 2009a). Problemas como a soberania dos diferentes estados, mas também inclusão dos países menos desenvolvidos no processo da sociedade de informação ou os direitos de autor, estão no cerne das preocupações de organizações como a ONU (ONU, 2005), e a gestão dos protocolos da Internet é assim uma matéria essencialmente política: “Eles controlam o fluxo global de informações e tomam decisões que influenciam o acesso ao conhecimento, as liberdades civis online, a política de inovação, a economia e competitividade nacional e que companhias de tecnologia vão ter sucesso” (DeNardis, 2009: 8).

Por isso também, a Internet não escapou às lógicas de privatização do mundo ocidental e às acusações de que é dominada por um conjunto de grandes corporações mundiais (DeNardis, 2009), nomeadamente pela mão dos operadores da rede e das suas estratégias empresariais, o que levantou velhas preocupações no que diz respeito ao acesso e controlo. Castells considera que existe uma pressão sobre a rede, proveniente das fontes fundamentais de dominação, o capital e o estado. Contudo, o desequilíbrio entre estes dois actores a favor dos interesses empresariais acabou por levar “à difusão global de novas formas de comunicação, incluindo a autocomunicação de massas” e ao “nascimento de uma nova forma de comunicação que pode aumentar o poder da cidadania sobre o capital e sobre o estado” (2009: 165).

A blogosfera nascida sob o espectro da liberdade de expressão e livre, na sua grande maioria, de interesses empresariais, tem sido assim uma das ferramentas de promoção da cidadania activa e participativa. Assim, ela própria não escapa à discussão sobre a regulação e formas de jurisdição judicial que podem ter lugar – até porque a blogosfera é também o espaço de expressão de problemas relacionados com a possibilidade de difamação e publicação de conteúdos ofensivos. Em 2008, algumas notícias no mundo da blogosfera ocidental destacaram Portugal, mas por uma alegada má razão: o encerramento de um blogue por decisão judicial. O caso envolveu o Póvoa Online, um blogue anónimo sobre a política local da Póvoa de Varzim, que a Google (plataforma que albergava o blogue) fechou por uma ordem do tribunal. Na sequência de uma queixa por difamação interposta ainda pelo presidente da Câmara da Póvoa de Varzim, Macedo Vieira, dois indivíduos foram mais tarde identificados como autores (através da divulgação dos IP associados ao blogue) e

constituídos arguidos, aguardando-se ainda a realização do julgamento (num processo judicial em paralelo).

É claro que fechado o blogue, logo surgiu outro pelos mesmos autores com ampla cobertura mediática, o Póvoa Offline, o que demonstra, por um lado, as dificuldades da Justiça em lidar com este novo universo e, por outro, que as políticas de limitação de dano neste meio são normalmente infrutíferas: um assunto que era local passou a nacional e mesmo mundial, amplificando assim de uma forma quase exponencial o que o presidente da câmara em causa tentou calar. A decisão judicial de encerrar o blogue, que fez jurisprudência em Portugal, foi amplamente discutida na blogosfera, com as opiniões a dividirem-se entre os que consideraram este caso entre um ataque à liberdade de expressão e uma censura e os que lembraram, como Vital Moreira do blogue Causa Nossa, a responsabilidade associada à liberdade e o facto de a difamação ser crime⁸⁶.

Este caso alimentou a discussão sobre a eventual obrigatoriedade de a blogosfera responder a princípios, tal como a demonstração de provas em caso de acusações a terceiros e ponderação na linguagem. Por outro lado, recordou aos bloggers a existência de um Direito e de uma Justiça que pode chegar ao mundo dos blogues e actuar – como tinha já acontecido, por exemplo, a propósito do Portugal Profundo e da licenciatura de José Sócrates ou do blogue Chicken Charles e do presidente da Covilhã (ver capítulo 1). Porque, de facto, não havendo um órgão regulador com tutela específica sobre a blogosfera, há o direito geral, nomeadamente no que diz respeito à responsabilidade civil. No entanto, “as soluções tradicionais são de difícil aplicação para a responsabilização por actos ilícitos cometidos na Internet, nomeadamente para perseguir conteúdos ilícitos publicados em blogues” (Silva, 2005: 20), porque a identificação de autores anónimos não é fácil, sobretudo se usarem computadores de utilização colectiva.

Nesse sentido também se inscreve a iniciativa comunitária relativa à directiva n.º 2000/31/Comissão Europeia (transposta para Portugal no Decreto-Lei 7/2004) que, se por um lado, desresponsabiliza os servidores de Internet relativamente aos conteúdos expressos, por outro, os obriga a informar as autoridades sobre a publicação de conteúdos ou realização de actividades ilícitas, a identificarem os destinatários, a cumprir decisões judiciais de barrar o acesso a sítios da Internet (como aconteceu com o Póvoa Online) e a fornecer listas dos sítios que albergam. Ainda que

⁸⁶ <http://causa-nossa.blogspot.pt/2008/06/pretenso-imunidade-penal-da-blogoesfera.html>

“os institutos tradicionais do Direito sejam susceptíveis de serem aplicados ao mundo virtual”, há quem defenda que “necessitem de ser auxiliados por normas específicas constituídas tendo em consideração as peculiaridades da rede” (Silva, 2005: 31).

Por outro lado, os próprios bloggers assumem que poderá ser necessária a adopção de um certo padrão de comportamento ético e de uma certa auto-regulação. O blogger e jornalista Paulo Querido, por exemplo, que acompanha de perto este novo universo, defendeu a necessidade de se estabelecer um estatuto para os autores: “Queiram ou não os bloggers, e a maioria afirma claramente aos gritos que não quer, a clarificação desse estatuto é inevitável. (...) Vem com a responsabilidade crescente que os blogues, ou alguns deles pelo menos, projectam na esfera comunicacional” (Expresso, 30/09/2008). Um estatuto que seria baseado na auto-regulação e na adesão livre, de forma a separar e classificar blogues.

Esta problematização surgiu logo após a blogosfera política ter estado envolvida numa discussão sobre o papel da Entidade Reguladora para a Comunicação Social na própria blogosfera e sobre a legitimidade da intervenção de alguns membros do conselho regulador da ERC. Podem os membros da ERC responder nos blogues ao que os bloggers escrevem? O primeiro envolveu, em Setembro de 2008, Pacheco Pereira, que criticou no blogue Abrupto a cobertura efectuada pela RTP de uma iniciativa envolvendo o computador Magalhães. Recebeu então uma carta de Azeredo Lopes, presidente do conselho regulador da ERC, que publicou no blogue, a contestar as críticas que teceu à entidade⁸⁷. O segundo caso, que teve lugar logo no dia seguinte, envolveu Gabriel Silva (do blogue Blasfémias) e Estrela Serrano, membro do conselho regulador da ERC. Na sequência de um post de Gabriel Silva sobre a actuação da ERC relativamente a um pedido de documentação do Expresso, Estrela Serrano⁸⁸ invocou o “direito de réplica” (evitando cuidadosamente confusões com direito de resposta, consagrado constitucionalmente) para exigir que a sua resposta não fosse colocada na caixa de comentários do blogue, mas sim no próprio blogue, e questionando ainda que o blogger pudesse ter escrito sobre a ERC sem uma “audição prévia”. Ambos os casos foram discutidos na blogosfera, com Daniel Oliveira (do blogue Arrastão) a exigir, por exemplo, uma explicação sobre qual teria sido “a argumentação jurídica para alargar o âmbito de actividade da ERC aos blogues”⁸⁹.

⁸⁷ <http://abrupto.blogspot.pt/2008/09/lendo-vendo-ouvindo-tomos-e-bits-de-24.html>

⁸⁸ <http://blasfemias.net/2008/09/26/re-da-manipulacao/>

⁸⁹ <http://arrastao.org/1472198.html>

Para outros bloggers como Paulo Querido⁹⁰, contudo, esse “cuidado da ERC em dialogar com a blogosfera” (e não visto como uma intromissão) é o reconhecimento de que a blogosfera beneficia de um estatuto público. Contudo, esta leitura não foi consensual e não avançou qualquer estratégia de elaboração de um estatuto, onde direitos, deveres e responsabilidades dos bloggers pudessem ser definidos, apesar de uma iniciativa do PT Blogs nesse sentido. Ao mesmo tempo, ocorreu outra investida “regulatória” que também levantou algumas questões sobre o papel dos blogues e de quem escreve neles, nomeadamente se o blogger em causa é jornalista. Estará obrigado a seguir a ética e a deontologia profissional?

Na sequência de uma opinião emitida num blogue pessoal, “Bola na Área”, o jornalista Eugénio Queirós⁹¹ recebeu uma comunicação do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas. Essa carta manifestava algum desconhecimento sobre o mundo dos blogues (falava numa “queixa relativa ao comentário que assinou no blogue Bola na Área, a cujo conselho de administração também pertence”) e perguntava ao jornalista se se considerava “desobrigado de cumprir os princípios éticos e deontológicos e a letra da lei quando emite opiniões editadas”. Eugénio Queirós respondeu que não acreditava ter desrespeitado o código na sua opinião e que “para se suscitar a discussão por vezes é preciso ousar um pouco e a blogosfera é um espaço que permite outras liberdades”. A justificação não acolheu o agrado do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas, que considerou a atitude de Eugénio Queirós merecedora de reparo e eticamente reprovável, concluindo que o “jornalista deve apresentar desculpas aos ofendidos”⁹². Ao que nos foi possível apurar, este foi o único caso envolvendo jornalistas e blogosfera, pelo que a falta de dimensão do caso não permitiu que se iniciasse uma discussão alargada com eventuais conclusões sobre o facto de terem, ou não, os órgãos profissionais e deontológicos jurisdição na blogosfera, quando os autores estão fora dos seus âmbitos laborais.

A questão da regulação voltou ao debate na blogosfera dois anos depois, quando o presidente do Conselho Regulador da ERC, na sequência de uma provocação do blogue 31 da Armada⁹³, emitiu a sua opinião (no seu blogue pessoal, Vai e Vem, entretanto criado e partilhado com outro elemento do

⁹⁰ <http://expresso.sapo.pt/erc-e-blogosfera-o-estatuto-sem-debate=f413054>

⁹¹ http://bolanaarea.blogspot.pt/2008/09/para-qu_24.html

⁹² <http://www.jornalistas.eu/?n=6882>

⁹³ <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4443368.html>

Conselho Regulador) sobre o direito de resposta na blogosfera⁹⁴. Esclarecendo que a ERC não exerce jurisdição sobre a blogosfera (já que esta escapa ao seu âmbito de intervenção tal como expresso no artigo 6º dos estatutos da entidade), Azeredo Lopes estabeleceu uma comparação com *sítes* de entidades institucionais que apresentavam material informativo de forma regular (no caso em apreço, o *site* da Câmara Municipal do Porto⁹⁵), considerando que estes apresentavam “conteúdos submetidos a tratamento editorial e organizados como um todo coerente” – que os punha sob a alçada da ERC e que os obrigava, nomeadamente, a publicar direitos de resposta. Poucos dias depois, o presidente da ERC colocou um novo post⁹⁶ no seu blogue onde, voltando ao tema do direito de resposta, defendia que, não tendo a ERC competências sobre a matéria, esse era contudo um direito garantido constitucionalmente (adoptando um conceito lato de comunicação social e de liberdade de informação) pelo que poderia fazer-se valer também na blogosfera em sede judicial.

No entanto, a falta de conclusões ou consensualizações em questões de regulação não retira substância à matéria de facto. Em primeiro lugar, estes casos mostram que o tema é relevante, discutido internamente no seio da comunidade, que mostra um espectro largo de opiniões, não havendo uma forma comum de considerar as matérias da regulação na blogosfera. Em segundo lugar, a falta de uma tutela específica (à maneira da ERC), ou da adopção formal e/ou institucional de um qualquer código de boas práticas, não significa que a blogosfera seja um espaço sem regras. Uma presença credível, respeitável e atractiva na blogosfera significa o cumprimento de uma certa ética e a garantia do respeito de certos valores, como verdade ou verificação (Serra, 2006b). Por exemplo, os bloggers tendem a ver com certo distanciamento a presença de anónimos (o que não quer dizer que não possa haver pessoas que usem pseudónimos, mas cuja identidade é normalmente conhecida) no espaço: a blogosfera é, segundo o jornalista e blogger Pedro Correia, “um espaço onde as opiniões são cada vez mais em nome próprio, assumidas integralmente sem a cobardia do anonimato (as excepções, públicas e notórias, servem apenas para desacreditar as fontes inspiradoras desses blogues)” (Correia, 2011). Por outro lado, assinala a editora do Público Leonete Botelho, um blogue torna-se um pólo de atracção se os bloggers são “respeitados” (Botelho, 2011).

⁹⁴ <http://vaievem.wordpress.com/2010/09/23/uma-duvida-interessante/>
<http://vaievem.wordpress.com/2010/09/26/uma-duvida-interessante-ii/>

⁹⁵ <http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvltzOjM4OjJtZWRpYS9kZWNPc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvNzQ0LnBkZil7czo2OiJ0aXR1bG8iO3M6MjM6ImRlbGliZXJhY2FvLTFlkZi1uZXQyMDA3Ijt9/deliberacao-1df-net2007>

⁹⁶ <http://vaievem.wordpress.com/2010/10/05/ainda-sobre-o-direito-de-resposta-na-blogosfera/>

Essa ética que muitos bloggers assumem tem a ver com uma funcionalidade permitida pela ferramenta que a caracteriza em grande medida: a capacidade de fazer hiperligações. Essa prática, diz o blogger João Miranda, corresponde à “ética inicial de linkar de quem se fala” (Miranda, 2011), independentemente de se gostar ou não do blogue a que se faz a hiperligação. Para o blogger Gabriel Silva, o link funciona ainda “como autoridade”, ou seja, pode ser “fonte de informação, o argumento” (Silva, 2011). Linkar a outros blogues, por outro lado, refere ainda, é “obrigatório: faz parte das regras básicas; ninguém comenta o post de outro blogue sem pôr o link” (Silva, 2011). Ou seja, a lógica da verificação funciona aqui como estratégia de credibilidade e de auto-regulação na construção da mensagem veiculada. Haverá na blogosfera muitos autores que não seguem essas regras e problemas como o anonimato, a difamação ou mentiras continuarão a surgir. Mas a consequência da auto-regulação para quem a adoptar, acreditam os bloggers, é a adesão dos internautas aos seus blogues, ou seja, audiência e visibilidade – em última instância, o objectivo de quem publica e partilha mensagens, conteúdos e informação.

7.5. Conclusões

Os blogues de inspiração política foram essenciais para o desenvolvimento da blogosfera portuguesa, embora representem uma minoria dos dessa plataforma. Como no resto do mundo, grande parte dos blogues em Portugal será de carácter mais intimista, reflectindo sobre as experiências de vida dos seus autores. Contudo, a blogosfera política foi responsável, em grande parte, pela exposição pública e mediática deste novo universo e encerra, de forma muito particular, as potencialidades de renovação do espaço público e da participação política que têm sido apontadas genericamente à Internet.

Estamos ainda a falar de um fenómeno com menos de uma década de história em Portugal, pelo que será muito prematuro tentar antever as transformações que a blogosfera poderá introduzir em termos da vida política nacional. Mesmo reconhecendo-lhe traços de um passado revolucionário, agitado e interventivo, o contexto social em que os bloggers hoje actuam é completamente diferente e não há lições da história da imprensa romântica que se possam aplicar como receituário à blogosfera política portuguesa. Mas há sinais a que devemos estar atentos, nomeadamente à questão da regulação – que foi, por exemplo, crítica no desenvolvimento da imprensa romântica. Por enquanto,

há ainda grandes vazios nessa matéria, ainda que lei geral tenha vindo a ser aplicada. E – para lá de formas de regulação impostas, por exemplo, a nível estatal – uma certa forma de regulação dos bloggers auto-imposta pelo cumprimento de padrões éticos de comportamento ainda deverá voltar à discussão pública, sobretudo se a questão da credibilidade dos bloggers estiver no cerne das atenções.

Até ao momento, sabemos que a blogosfera não é um meio de grande penetração na sociedade. Por outro lado, enfrenta a concorrência de outras redes sociais, como o Facebook ou o Twitter, que têm tido um crescimento exponencial em Portugal, em particular o Facebook⁹⁷. Estas redes sociais abrem-se à conversação e também à introdução de alguns temas de natureza política no espaço público, ainda que os blogues tenham alguma vantagem nesse campo, nomeadamente um maior pendor para o debate e uma capacidade de arquivamento que permite construir memória sobre os temas discutidos. Mesmo não sendo um meio de massas, a blogosfera tem registado uma maior audiência e crescente adesão. Há, como vimos, mais bloggers e mais gente a ler blogues, à medida que cresce a penetração da Internet na sociedade portuguesa. Por outro lado, o facto de a blogosfera ser um domínio sobretudo dos mais jovens perspectiva uma continuação desta actividade ao longo do tempo. Se um terço dos internautas conhece e se movimenta nos blogues, então estaremos a falar em, pelo menos, mais de 1,4 milhões de portugueses. O que não será, seguramente, um valor irrelevante.

Por isso, e para compreendermos também a natureza da intervenção da blogosfera política, importa agora conhecer os seus autores, os novos “panfletários” no entendimento de alguns ou os novos homens (e mulheres) da imprensa de opinião. Importa perceber que população é essa que se implica no debate político, quais as suas motivações e relações com outros espaços, como o público, o político e o mediático. Os dados, que os estudos realizados até agora mostram, não evidenciam de forma detalhada essa realidade e, por exemplo, no caso do estudo das motivações dos bloggers portugueses (Canavilhas, 2004), estamos a falar de um trabalho com oito anos – o que, no tempo da blogosfera, é muito e requer actualização e aprofundamento. Não identificamos igualmente um padrão de hiperligações entre blogues políticos, nem uma explicação do que essas estratégias revelam em termos da constituição de uma alternativa na esfera pública ou reforço do discurso dominante. Por outro lado, nenhum trabalho abordou especificamente a blogosfera política,

⁹⁷ <http://expresso.sapo.pt/internet-em-numeros-em-2011=f698559>

analisando de forma sistemática os temas em discussão, numa base diária, e comparando estes com outros discursos de actualidade, ou seja, os *media* tradicionais.

Assim, a constituição da blogosfera política portuguesa enquanto uma nova esfera pública, onde a participação política e deliberação têm lugar, e onde diferentes vozes dão lugar à expressão da diversidade, requer um aprofundamento empírico que possa, a três níveis, aferir essa diversidade:

1. A nível dos autores: quem são os bloggers políticos portugueses e que novas características, em termos de participação, trazem para o espaço público?
2. A nível dos blogues: que relações estabelecem com os outros blogues, *media* tradicionais e *sites* da Internet? Existirá coesão ou actores centrais na blogosfera política, em termos de ligações entre blogues? Que implicações isso traz em termos de deliberação, construção do sentido e do discurso na blogosfera?
3. A nível dos conteúdos: que temas abordam e de que forma o fazem? Que diferenças introduzem face aos meios de comunicação tradicionais?

8. Práticas e perfis dos bloggers políticos portugueses

«Rarefacção, agora, dos sujeitos falantes; ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfazer certas exigências, ou se não estiver, à partida, qualificado para o fazer.»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

Quem são os actores que habitam neste novo espaço digital? Para se conhecer o fenómeno, há que estudar quem o promove. Ao procurarmos perceber se a blogosfera é o espaço onde se expressa a diversidade, tal como conceptualizada no capítulo 2, partimos primeiro do conhecimento sobre os bloggers. Vários estudos, como vimos nos capítulos 6 e 7, analisam os autores dos blogues, mas não foi ainda traçado um perfil aprofundado para dar contas das relações estabelecidas entre bloggers, *media*, partidos políticos e movimentos cívicos.

Para se assumir como um verdadeiro fórum de discussão política, a blogosfera deverá ser independente dos tradicionais centros de poder – a saber, os *media* e partidos políticos –, porque, se por eles tomada, é apenas mais uma plataforma, mais um espaço, para a mesma comunicação que ocorre nesses domínios (Papacharissi, 2002). Por outro lado, o acesso à esfera pública deve ser aberto a todos os cidadãos, o que significa uma pluralidade de actores, de pontos de vista, de origens geográficas e mesmo sócio-económicas. Nesta perspectiva, a análise das potencialidades da blogosfera enquanto espaço de reconfiguração da esfera pública deve evidenciar a viabilização de visões alternativas.

8.1. Desenho da abordagem empírica

Como explicámos no capítulo 1, a exploração da blogosfera política empreendida nesta dissertação passa, num primeiro momento, pelo mapeamento das relações entre os actores da blogosfera (i.e. os bloggers) e outros centros de poder, nomeadamente os *media*, os partidos políticos e outras formas de participação da vida pública. O perfil socio-económico dos bloggers, assim como a sua filiação política, são igualmente factores que permitem perceber se divergem, ou não, dos

tradicionais participantes do debate público. O nosso interesse situa-se nos bloggers políticos de blogues que não correspondam a espaços ou filiações estritamente partidárias (ou seja, de partidos ou de deputados enquanto tais e alojados, por exemplo, no *síte* do Parlamento) porque é fora desses espaços que poderemos encontrar uma nova forma de participação política. Como afirma Dahlgren (2005: 157), “a Internet tem um papel mais desafiante no sector da advocacia/activismo da esfera pública online no contexto da nova política extra-parlamentar”.

A abordagem empírica a este fenómeno com vista ao conhecimento dos bloggers requer a construção de um modelo de análise, onde possam estar contempladas dimensões, e respectivos indicadores, das diversas componentes que queremos explorar. Várias opções metodológicas existem, mas tendo em conta o nosso objectivo de traçar o perfil dos bloggers, pareceu mais adequada a construção e administração de um inquérito, cujas respostas nos permitissem recolher os elementos necessários. A construção desse instrumento de recolha de dados obedeceu às dimensões consideradas essenciais, de acordo com a justificação que se segue.

8.1.1. Construção do modelo de análise

A revisão da literatura apresentada relativamente aos bloggers mostra a importância de traçar um quadro sócio-demográfico, já que a participação política tem características muito particulares cuja presença (ou não) importa verificar nessa população. Viegas *et al.* (2008), Pole (2010) e Martins (2004) apontam alguns traços que conferem o capital necessário para a implicação política, nomeadamente em termos de urbanização, género, recursos sociais e culturais. Assim, o nosso modelo de análise contempla uma componente mais virada para a caracterização dos bloggers, que chamamos de interna, e que inclui duas dimensões. A primeira diz respeito ao perfil sócio-cultural e demográfico dos bloggers. Estudos que procuram descrever os bloggers (nomeadamente, da Technorati e do Obercom), assinalam como características que importa analisar a idade, as habilitações e a localização geográfica, também de forma a podermos perceber se os bloggers políticos apresentam traços distintivos face aos bloggers em geral.

Outra dimensão igualmente significativa diz respeito à actividade desenvolvida pelos bloggers nesse espaço. Para além de questões mais descritivas (como tempo de envolvimento na blogosfera, frequência e leitura de outros blogues), será ainda relevante perceber as motivações apresentadas

pelos bloggers para a sua implicação nesse meio, tal como descrito já noutros estudos (Ekdale *et al.*, 2010; Silva, 2009; Canavilhas, 2004). A natureza do blogue, em termos da sua constituição (individual ou colectivo) e ideologia política, é outro aspecto importante na literatura (Silva, 2009, Carvalho e Casanova, 2010; Canavilhas, 2004). Tendo em conta o nosso objectivo de perceber se os bloggers constituem uma voz alternativa no espaço público, será ainda necessário perceber qual a percepção que têm dos temas que abordam e que estratégias de links – a outros blogues e *media* – apresentam (ver, por exemplo: Adamic e Glance, 2005; Serra, 2006a; Wallsten, 2007; Scott, 2007), assim como que importância dão aos comentários dos leitores (na perspectiva da deliberação como forma de construção da actividade política). Finalmente, dada a crescente penetração de outras redes sociais, é também importante perceber que acção aí desenvolvem os bloggers.

A par desta perspectiva de análise, uma observação mais externa pode dar conta do carácter mais relacional dos bloggers no que diz respeito a outras esferas de participação política, como sejam os *media*, movimentos cívicos e intervenções públicas, e também os partidos políticos. A constituição da blogosfera enquanto espaço de diversidade, aberta a vozes alternativas vindas de diferentes quadrantes e sub-representadas, implica que não haja uma interpenetração forte entre essas diferentes esferas, sob pena de elas se repetirem e apenas contribuírem para o poder estabelecido e discurso dominante. Assim, a verificação da existência de lógicas de colonização e migração pode contribuir para a caracterização da blogosfera enquanto espaço alternativo ou relacionado e interconectado.

Nesse sentido, uma primeira dimensão a analisar diz respeito à relação com o espaço público que os bloggers mantêm, em termos de participação cívica e política (no sentido lato do termo), e da percepção que eles têm sobre a sua influência nesse espaço. Outra dimensão explora a relação com os *media*, em termos da dieta mediática dos bloggers, mas também da sua contribuição para esse espaço, quer através de participações regulares nos espaços de opinião, quer através de convites surgidos depois de se terem tornado participantes da blogosfera. Finalmente, será ainda importante avaliar o nível de implicação político-partidária, através de uma escala de filiação que vai da simples simpatia à detenção de cargos dirigentes e públicos.

O quadro 8.1. apresenta o esquema das dimensões, assim como os respectivos indicadores, que presidiram à construção do instrumento de observação aos bloggers políticos portugueses.

Quadro 8.1. – Modelo de análise para observação dos bloggers

Componente	Dimensão	Indicadores
Interna	Caracterização Sócio-demográfica	Sexo
		Idade
		Profissão
		Residência
		Habilitações literárias
	Caracterização da actividade enquanto blogger	Anos de actividade
		Frequência
		Multi-presença na blogosfera
		Presença redes sociais
		Motivação
		Temas abordados
		Leitura de outros blogues
		Estratégia de links
		Atitude face a comentários
		Natureza do blogue
		Ideologia do blogue
Externa	Relação com espaço público não institucional	Percepção da própria influência
		Blogues mais influentes
		Percepção da influência da blogosfera
		Formas de participação na vida pública
		Adesão a movimentos cívicos
	Relação com os <i>media</i>	Espaço regular de opinião
		Convite para participar pós-blogue
		Dieta mediática
	Relação com política partidária	Sem filiação
		Simpatizante
		Militante
		Membro de alguma estrutura
		Dirigente
		Detentor de cargo político

8.1.2. Administração do inquérito

O modelo de análise que apresentamos presidiu à construção de um questionário (ver anexo A), constituído por 27 perguntas, que englobam, desde modo, as questões relacionadas com as características sócio-económicas dos bloggers, prática “bloggista”, consumos mediáticos e ligações a *media*, partidos políticos e outros modos de participação cívica. Foi efectuado um pré-teste a cinco indivíduos, cujos resultados permitiram afinar duas questões.

Tendo em conta o objectivo de estudar a blogosfera política, o nosso universo de estudo seria constituído pelos bloggers políticos portugueses. Contudo, esse universo é de difícil, se não mesmo impossível, quantificação e identificação. Não existe qualquer listagem exaustiva de blogues ou qualquer registo, nem mesmo uma categorização oficial dos blogues por temas. Vários autores, nomeadamente Tremayne (2007) e Carvalho e Casanova (2010), acusam as dificuldades de investigar neste contexto, nomeadamente pela impossibilidade de aplicar técnicas de amostragem que permitam garantir a representatividade da amostra. Por isso, têm sido realizados estudos de caso, análises de conteúdo e de redes sociais, circunscritos aos blogues em estudo, sem grandes possibilidades de generalização.

No nosso caso, tendo em conta que queremos avaliar a capacidade de expressão da diferença e de vozes alternativas na blogosfera, parece razoável que possamos restringir o nosso universo aos blogues mais importantes, susceptíveis de maior influência no espaço público. É claro que a definição da importância na blogosfera não é consensual, havendo quem defenda o critério das *page views* e outros que apontam mais para uma influência medida pelo número de links – sendo que podemos considerar a primeira abordagem uma técnica externa (porque depende da adesão dos leitores e, eventualmente, outros bloggers que criam audiências) e a segunda uma técnica interna (porque apenas considera o facto de os bloggers linkarem para outros blogues). A nossa opção foi por uma selecção dos blogues com maior atenção, de forma a centrar a análise na plataforma com maior projecção e alcance público, por isso mais lidos.

A selecção foi feita dentro dos 200 blogues mais lidos, segundo a lista publicada pelo Blogómetro⁹⁸ (usada em vários estudos como Silva, 2009; Canavilhas, 2004; Serra, 2006a), de acordo com o conteúdo dos blogues: “posts” que maioritariamente versavam sobre política, de forma transversal e

⁹⁸ Consultada a 26 de Junho de 2010

não sectorial (como, por exemplo, política de educação ou política económica) indicavam a presença de um blogue político (ainda que outros temas sejam aflorados e debatidos), mesmo quando a apresentação do mesmo não referenciava especificamente esta natureza. A listagem final dessa selecção foi de 21 blogues. Foi decidido retirar um blogue, o Spectrum, do qual não obtivemos qualquer resposta e cujos autores são todos pseudónimos – o que indica um afastamento face à exposição e participação pública, um dos nossos pressupostos de estudo. A amostra final foi de 20 blogues (ver quadro 8.2.), dos quais 18 estão representados nas respostas recebidas (a identificação, ainda que facultativa, era pedida e explicada, o que favoreceu uma taxa de resposta muito significativa a esta questão – só não foi possível identificar respostas de dois blogues individuais: Abrupto e Da Literatura). Os blogues contidos nesta amostra correspondem a um fenómeno consolidado no tempo, já que 85% dos blogues foram criados antes do 1º semestre de 2007.

O nosso número final de blogues políticos relativamente ao total dos 200 mais lidos corresponde a 10%, um valor que é consistente com outros estudos, já referenciados, que analisaram a blogosfera portuguesa (Silva, 2009). Araújo *et al.* (2009) encontraram apenas uma percentagem de 3,4% para a categoria política, mas 9,3% dos blogues falavam de “temas polémicos da actualidade” – onde muitos temas políticos entram também. Carvalho e Casanova (2010), que estudaram apenas blogues com opinião e intervenção pública sobre temas como a vida política, as questões ambientais ou sociais, referenciam igualmente uma “clara predominância da política nacional”.

A identificação dos blogues e da sua presença na amostra é essencial para garantirmos a representatividade do estudo aos blogues mais lidos já que o universo dos seus autores é difícil de conhecer, quantificar e muito flutuante no tempo: temos que considerar que, em primeiro lugar, há bloggers a “postar” em mais de um blogue; por outro lado, as listas de autores disponibilizadas nos blogues – quando existentes – nem sempre estão actualizadas; e, finalmente, alguns bloggers não divulgam o nome, escrevendo sob um pseudónimo. Sendo assim, preferimos a verificação da representatividade pela presença de, pelo menos, um blogger de cada blogue. Foram obtidas 59 respostas válidas.

Quadro 8.2. – Lista de blogues políticos seleccionados do Blogómetro para inquérito

Blogue	Média de visitas diárias	Natureza	Ano da Criação (Arquivo do blogue)
Blasfémias	5034	Colectivo	2004
31 da Armada	4478	Colectivo	2006
Arrastão	3845	Colectivo	2005
Jugular	2683	Colectivo	2007
5 Dias	2664	Colectivo	2006
Delito de Opinião	2434	Colectivo	2009
Insurgente	2323	Colectivo	2006
Corta Fitas	2312	Colectivo	2006
Portugal dos Pequeninos	2304	Individual	2003
Abrupto	1819	Individual	2003
Cachimbo de Magritte	1792	Colectivo	2006
Da Literatura	1646	Individual	2005
Albergue Espanhol ⁹⁹	1404	Colectivo	2010
Aspirina B	1373	Colectivo	2005
Aventar	1321	Colectivo	2009
Causa Nossa	811	Colectivo	2003
Do Portugal Profundo	781	Individual	2003
Quarta República	576	Colectivo	2004
A Baixa do Porto	511	Colectivo	2004
Portugal Contemporâneo	496	Colectivo	2005

⁹⁹ Este blogue cessou a sua actividade a 05 de Setembro de 2011, tendo grande parte dos autores transitado para o novo blogue Forte Apache

A nossa população em estudo coloca ainda algumas dificuldades na recolha dos dados, nomeadamente por não ser viável um contacto presencial para a administração do inquérito, e também o facto de só ser possível o contacto com esses actores sociais através do e-mail disponibilizado no blogue, às vezes apenas colectivo, não discriminando individualmente cada blogger. O inquérito foi administrado assim sob a forma de questionário online, durante os meses de Junho e Julho de 2010. O endereço electrónico do inquérito, com uma explicação específica do seu objectivo e enquadramento numa dissertação para doutoramento, foi enviado para as caixas de correio electrónico com endereços disponibilizados nos blogues, individuais ou colectivos, e também caixas de correio pessoais dos bloggers que fossem divulgadas publicamente. Foram enviados posteriormente novas mensagens via correio electrónico, a reforçar o pedido de participação. Os dados do inquérito foram depois tratados estatisticamente e com recurso ao programa informático Statistical Package for Social Sciences (SPSS), que permite realizar testes de independência entre as variáveis.

8.2. A participação política blogada: traços e actividade dos actores

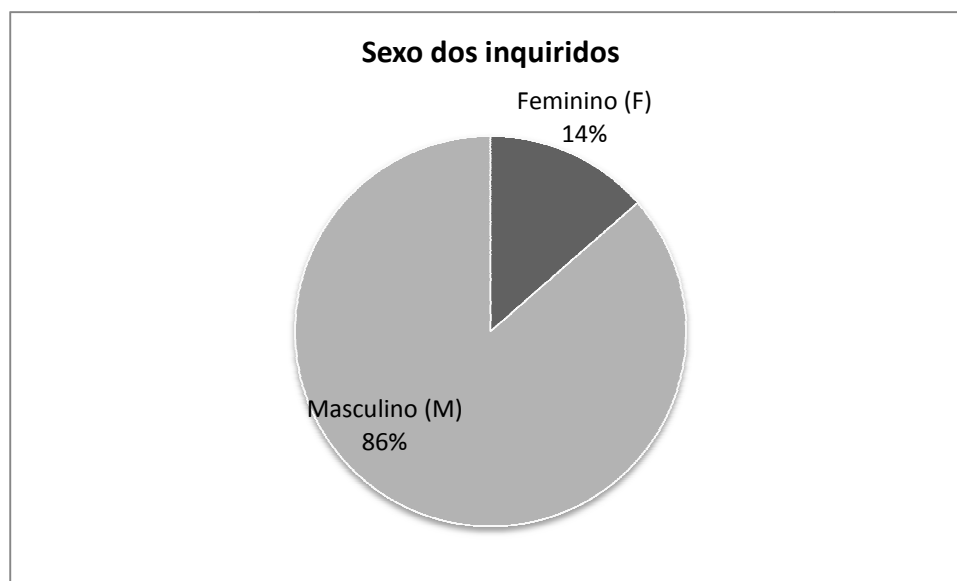
A constituição da esfera pública, na sua concepção habermasiana, implica um acesso livre dos cidadãos para que uma panóplia de opiniões, pontos de vistas e perspectivas esteja representada – dando assim conta da representação de alternativas. Para aferir da diversidade, tal como conceptualizamos no capítulo 2, olhámos para o perfil dos bloggers políticos portugueses para perceber se existe aí uma diversidade de proveniências, em termos de formação, geografia e ocupação, que possa dar conta da pluralidade de tendências políticas da vida política portuguesa.

8.2.1. Uma imagem masculina e urbana

Os bloggers políticos portugueses têm um perfil marcadamente masculino (86,5%) e metropolitano: 56% vive na área da Grande Lisboa e 24% na área do Grande Porto. Fora disso, existe um pequeno número que está fora de Portugal (Espanha, Brasil e Angola) e 5% em Braga. Esses números reflectem uma realidade já descrita por autores que estudaram a população portuguesa de bloggers, mas mostram que, no que diz respeito especificamente à blogosfera política, essas tendências se

acentuam. Ou seja, a participação em blogues políticos é mais masculina que na blogosfera em geral: o inquérito de Silva (2009) encontrou uma percentagem de homens de 76% e Carvalho e Casanova (2010) de 80,7%.

Gráfico 8.1. – Distribuição dos inquiridos por sexo



Por outro lado, parece também mais acentuada nos blogues políticos do que na blogosfera em geral a tendência para residência em grandes centros urbanos. Embora a delimitação geográfica usada no estudo de Carvalho e Casanova (2010) não coincida com a usada nesta dissertação, há pontos de contacto que nos permitem comparações: 51,4% dos bloggers inquiridos nesse estudo vive nos distritos de Lisboa e Setúbal e 9,2% no distrito do Porto. Quanto a Silva (2009), o total de bloggers a residir no conjunto do Grande Porto e da Grande Lisboa é apenas de 51,1%.

A urbanização, ou melhor ‘metropolenização’, da participação política não institucional e formal é um fenómeno já descrito em Portugal em Silva *et al.* (2008). Num trabalho que testa a hipótese de haver um efeito positivo da experiência de viver e trabalhar em contextos urbanos sobre o exercício efectivo dos direitos de cidadania, estes autores analisam especificamente a expressão de práticas políticas não convencionais, nomeadamente práticas de participação mobilizada: presença em manifestações

e comícios, a participação em causas públicas e petições ou a discussão em fóruns da Internet. Uma abordagem que contraria, em certa medida, as perspectivas mais optimistas face à capacidade da tecnologia, nomeadamente da Internet, em anular a dispersão geográfica e as distâncias aos centros de poder. A argumentação para a importância da cidade diz respeito ao facto de nela se concentrar a vida cívica e ser o lugar dos actos de cidadania.

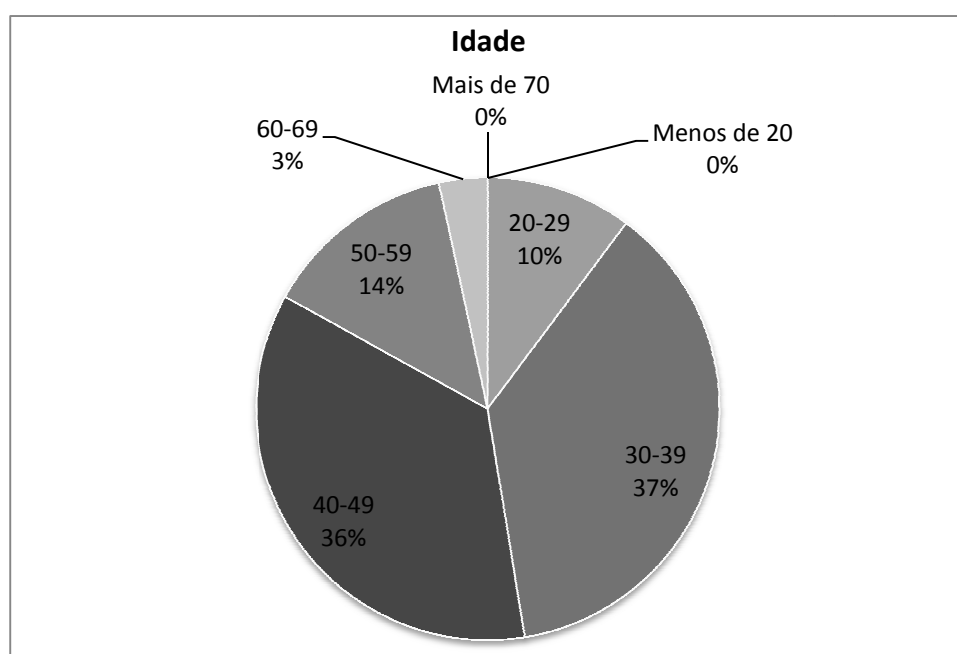
Analisando os resultados do inquérito do ISSP 2004 (International Social Survey Project), os autores concluem que a residência em contexto urbano afecta a forma como os direitos e deveres de cidadania são exercidos, devido a uma menor distância geográfica ao poder político e a uma proximidade entre cidadãos que facilita o contacto, havendo maiores oportunidades de interacção e discussão política. Também o associativismo, nomeadamente participação em partidos políticos e sindicatos, instituições de socialização políticas clássicas, é maior nas grandes cidades. Assim, quer no que diz respeito ao associativismo, e sobretudo quer em relação às práticas de mobilização cívica, há uma correlação significativa, que segue um padrão linear, com a dimensão do aglomerado. Expressivo ainda para esta dissertação e coerente com os resultados do nosso inquérito é o facto de que “igualmente, a participação em fóruns cibernéticos, indicador paradigmático de uma cultura política em rede, aumenta exponencialmente com a intensificação da urbanidade” (Silva *et al.*, 2008: 248).

Este “efeito-cidade”, tal como designado por estes autores, verifica-se mesmo quando ponderados outros factores que se sabe condicionarem a participação política, nomeadamente a escolaridade e os rendimentos. Isolados estes dois preditores do comportamento cívico, assim como a mobilização cognitiva (ter interesse pela política, ler jornais, usar a Internet para estar informado), a dimensão do aglomerado continua a constituir uma variável preditora do modelo explicativo da participação mobilizada. Silva *et al.* (2008) analisam ainda o efeito da metrópole, explorando o caso da Área Metropolitana de Lisboa, onde, por exemplo, os cidadãos apresentam maior taxa de abstenção eleitoral, o que parece ser compensado pelo maior investimento individual nas práticas de mobilização.

Contudo, os resultados do inquérito aos bloggers políticos portugueses mostram algum distanciamento face ao perfil da participação mobilizada traçada por Silva *et al.* (2008), onde as mulheres ganham saliência, contrariamente ao engajamento institucionalizado da prática associativa

que continua a ter um carácter tendencialmente masculino. Ou seja, a participação na blogosfera política parece ter em termos de género, contrariamente às restantes formas de participação não institucional e mobilizada, contornos mais próximos da participação formal e práticas associativas. A razão poderá estar na complexidade maior associada à criação e manutenção do blogue – face a outras práticas mobilizadas, como assinar petições ou participar em manifestações – onde o universo masculino parece sentir-se mais preparado.

Gráfico 8.2. – Distribuição dos inquiridos por idade



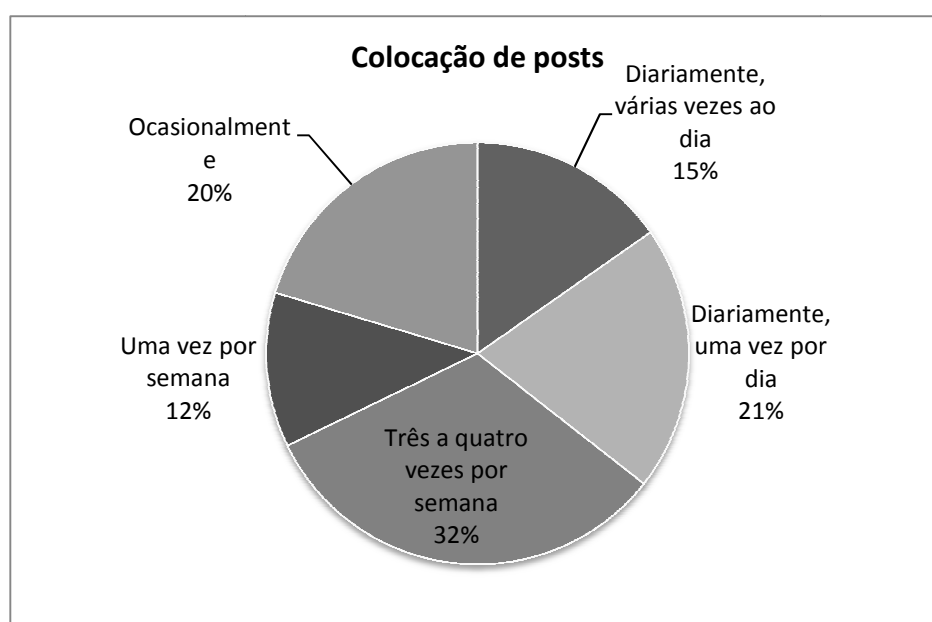
A utilização de diferentes intervalos em termos das faixas etárias não permite comparações de idade com outros estudos realizados sobre a blogosfera portuguesa, embora os nossos resultados pareçam indiciar uma população ligeiramente mais velha quando se trata da esfera política. No que diz assim respeito ao bloggers políticos, vemos que se trata sobretudo de pessoas entre os 30 e os 50 anos (72,8%). Perto de 17% tem mais que 50 anos e apenas 10% tem menos de 30 anos. Outra característica essencial é o facto de ser uma população extremamente qualificada, com uma larga maioria possuidora de uma licenciatura e quase 30% com uma pós-graduação (incluindo mestrados e doutoramentos). Ainda assim é interessante notar que na blogosfera em geral parece haver mais

autores com graduações pós-licenciaturas [38,9% com doutoramentos e mestrados em Carvalho e Casanova (2010) e 37% com uma pós-graduação em Silva (2009)]. Contudo, é necessária alguma precaução no tratamento desta questão, já que o cruzamento de dados com as respostas à variável da profissão permite perceber que as não-respostas não querem dizer ausência de formação graduada ou mesmo pós-graduada – como é o caso, por exemplo, de um professor universitário aposentado que não refere qualquer grau de mestrado ou doutoramento.

Relevante é também o facto de todos os bloggers inquiridos terem uma profissão, na grande maioria dos casos, qualificada – não há desempregados na blogosfera política e apenas um é estudante. O ofício mais representado nesta amostra é a combinação docência/investigação (20%), seguido de jornalistas (15%). Para além de uma expressão também significativa em termos do conjunto economistas/gestores/empresários (20%), encontramos um grupo de profissões que cobre um leque alargado que vai da diplomacia à literatura, passando pela medicina, arquitectura, antropologia e outras profissões ligadas à comunicação.

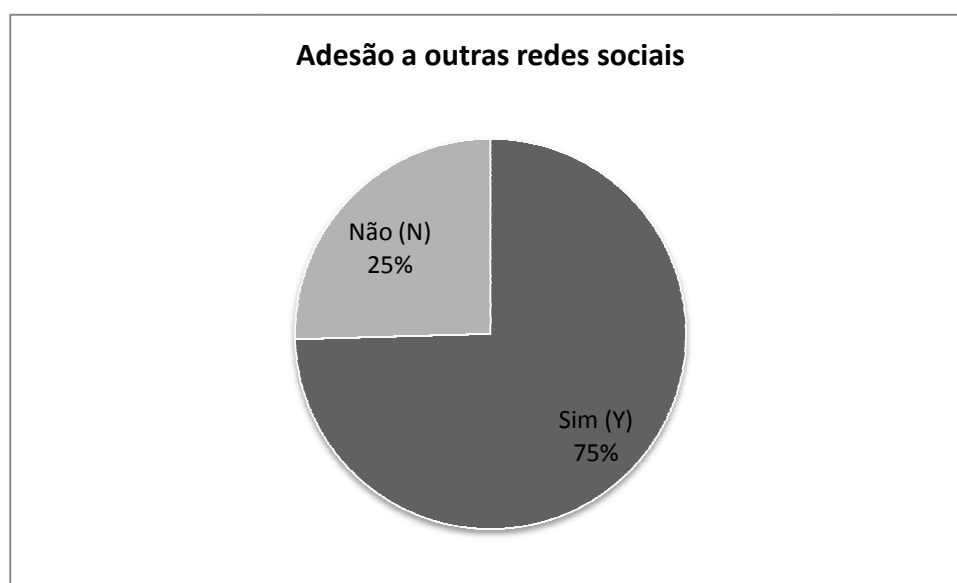
8.2.2. Uma comunidade activa e multi-presente

Gráfico 8.3. – Frequência de actualização do blogue



Existem pessoas com diferentes tempos na blogosfera (alguns presentes desde 2003, outros com apenas 4 ou 5 meses de actividade no blogue), mas a comunidade política é muito activa na plataforma: 57% participa em mais do que um blogue, 35% posta diariamente (alguns mais que uma vez) e 32,2% fá-lo entre 3 a 4 vezes por semana. Por outro lado, 72,9% dos inquiridos garante ler outros blogues políticos numa base diária ou de forma frequente. É claro que o dinamismo da blogosfera política tem ainda a ver com o facto de ela ser, principalmente, uma actividade colectiva (para 88% dos inquiridos) – contra apenas 34% dos casos na blogosfera em geral. Por outro lado, temos três quartos dos bloggers ligados a outras redes sociais, como o Twitter e o Facebook. Ou seja, mais do que estar a perder terreno para estas novas plataformas, a blogosfera parece complementar-se nessas novas redes de comunicação, com bloggers a duplicar presença, provavelmente replicando as suas intervenções a diversos níveis e amplificando, deste modo, a sua projecção no espaço público digital.

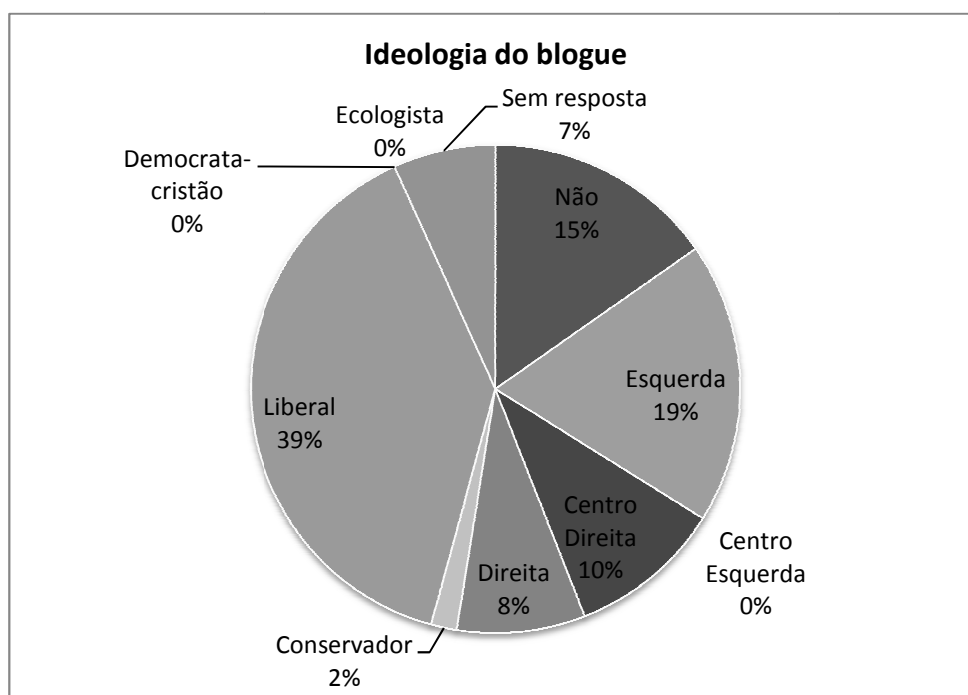
Gráfico 8.4. – Presença dos bloggers inquiridos em outras redes sociais



A questão da visibilidade parece ser importante para os bloggers políticos – a configuração colectiva preferencial é explicada pelos entrevistados para esta dissertação como uma forma de ganhar dimensão e, por essa via, audiência. Para além da tendência humana para a agregação de pessoas

com interesses similares, “os blogues mais considerados, com mais audiência e influência política, pretendem cobrir a actividade política e isso implica algum esforço que não é possível a nível individual”, diz Gabriel Silva (Silva, 2011). Ainda que depois, internamente, possa ser a “expressão individual de cada blogger que está em causa”, adianta Shyznogud (Shyznogud, 2011).

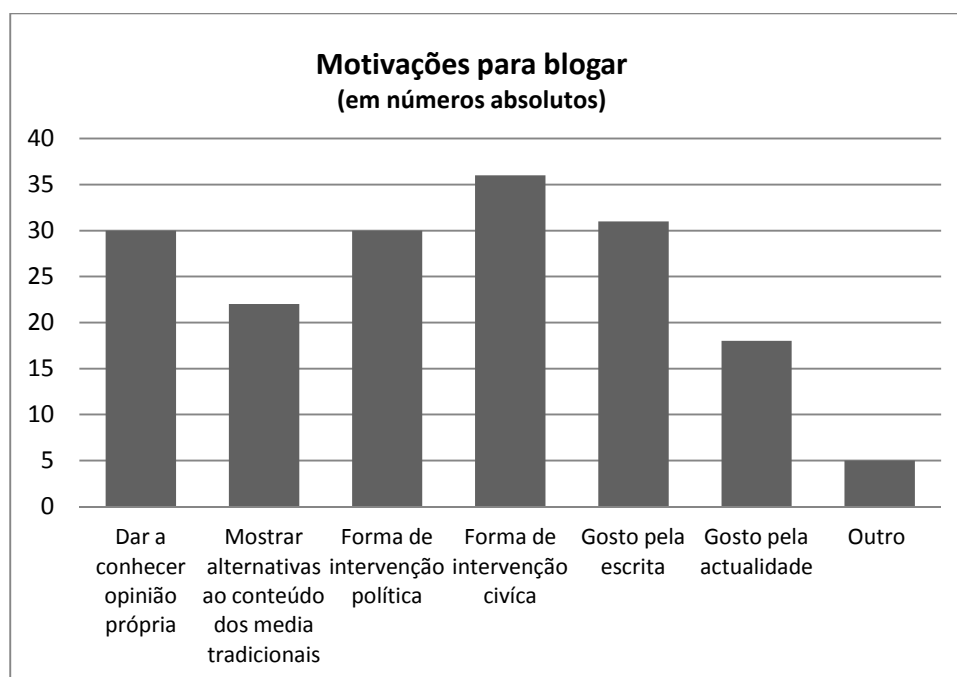
Gráfico 8.5. – Ideologia perfilhada pelo blogue de acordo com os inquiridos



A palavra ideologia pode designar, como afirma Zizek (2003: 10), qualquer coisa, “desde uma atitude contemplativa que desconhece a sua dependência da realidade social até um conjunto de crenças orientadas à acção, desde o meio indispensável onde os indivíduos vivem as suas relações com uma estrutura social até às ideias falsas que legitimam um poder político dominante”. No âmbito deste trabalho, o conceito de ideologia designa um conjunto de ideias coerente que providencia a base para a acção política organizada, o que implica uma visão sobre a ordem existente e um modelo de sociedade desejado (Heywood, 2007). O leque de ideologias apresentado no inquérito corresponde às principais tradições ideológicas europeias.

Quando questionados sobre a ideologia do blogue, apenas 15% dos bloggers respondeu não ter nenhuma. A resposta mais escolhida foi a liberal (39%), o que não deixa de ser curioso, já que essa é uma ideologia sem representação parlamentar ou partidária em Portugal – o que nos deixa antever uma população que não se revê no actual sistema político português e, possivelmente, a utilização da blogosfera como a expressão, de facto, de uma alternativa política. É ainda significativo que nenhum blogger tenha escolhido as opções centro-esquerda (normalmente, associada, em termos de espectro partidário ao PS, um dos partidos do arco da governação), democrata-cristão ou ecologista. As outras respostas mais escolhidas são Esquerda (18,64%), Centro-Direita (10,17%) e Direita (8,47%), com apenas um blogger a apontar a resposta Conservador. O estudo de Carvalho e Casanova (2010), que estuda blogues com intervenção a nível da esfera pública e não necessariamente políticos, usa uma classificação binária para o posicionamento político e encontra uma proporção significativamente maior da Esquerda (53,5%) em relação à direita (32%).

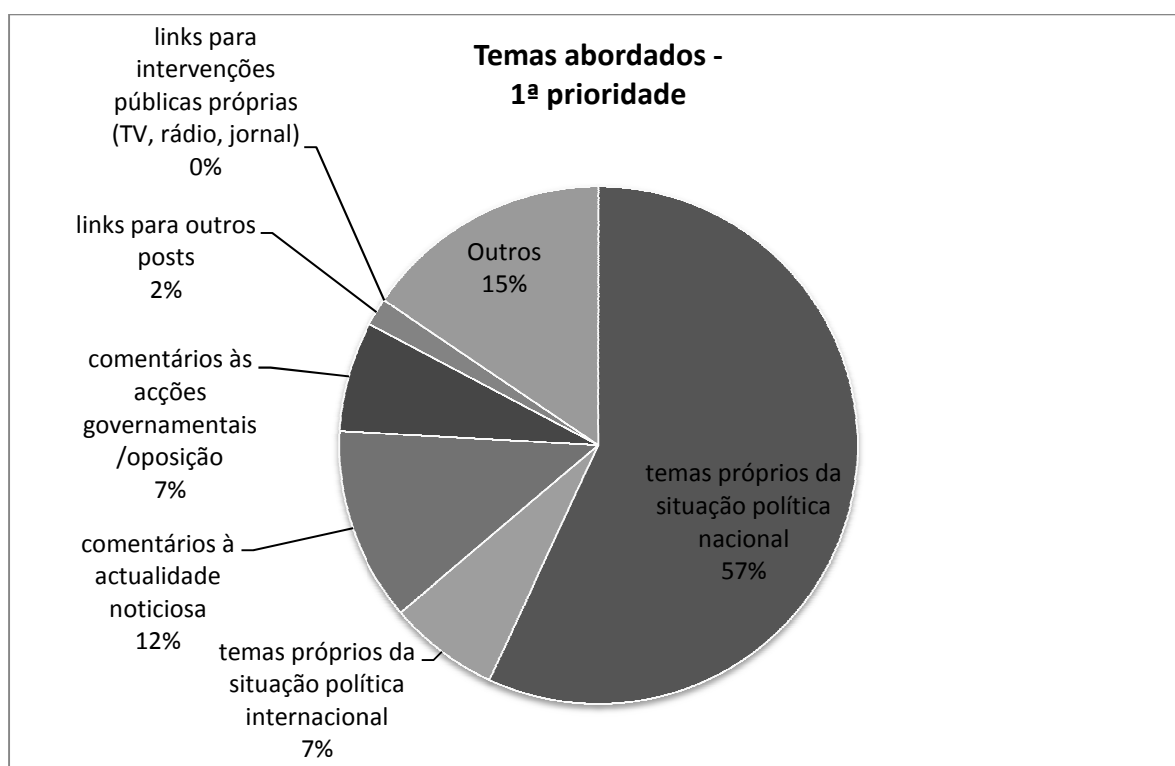
Gráfico 8.6. – Motivações dos bloggers para blogar (inquiridos podiam escolher mais que uma opção)



Relativamente às diferentes motivações para blogar, a resposta mais escolhida é que esta constitui uma forma de intervenção cívica (61%), mais até do que política (50,85%), dando assim mais

significado à participação e à cidadania do que propriamente à política. Significativo ainda é o facto de blogar permitir dar azo ao gosto pela escrita (52,54%) e dar a conhecer a opinião própria (50,85%). Uma vez que os objectivos de outros estudos realizados sobre o universo dos bloggers em Portugal são diferentes, as comparações em termos de principais motivações para estar na plataforma são difíceis. Contudo, notamos algumas diferenças entre os bloggers em geral e especificamente os políticos, nomeadamente quando há correspondência nos motivos para blogar: no estudo de Silva (2009), apenas 14% bloga como forma de participação cívica e de cidadania, enquanto que na investigação de Canavilhas (2004), igualmente sobre a blogosfera política, também surge em primeiro lugar a intervenção cívica.

Gráfico 8.7. – Primeira prioridade dos inquiridos nos temas abordados nos posts

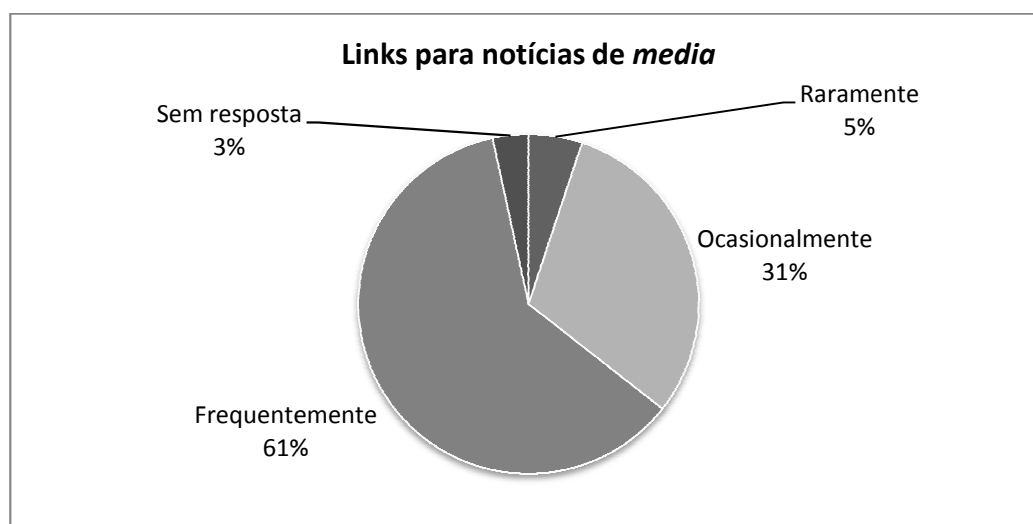


Os assuntos que os bloggers políticos afirmam abordar mais nos seus posts dizem respeito, em primeiro lugar, a temas próprios da situação política nacional – uma posição interessante porque dá conta da percepção que os bloggers têm da sua intervenção, que será assim autónoma e

independente. Por outro lado, apenas 15% dos bloggers não se revê nesta tipologia de temas de intervenção como prioridade de acção – o que nos demonstra que a situação política nacional (tratada de forma autónoma ou em comentários à actualidade noticiosa e às acções governamentais) é a grande preocupação dos inquiridos. A segunda prioridade mais escolhida em termos de assuntos abordados nos posts é dada aos comentários à actualidade noticiosa (seguida dos comentários à acção do governo ou da oposição).

Apesar desta concentração em torno da política nacional, os bloggers não deixam de abordar uma variedade de assuntos. Quando questionados sobre a especificação de outros temas que costumam explorar, encontramos uma panóplia de respostas que vão das experiências pessoais e futebol às formas artísticas (cultura pop, cinema, fotografia, literatura), passando por causas sociais (género, direitos dos homossexuais e transexuais, feminismo) e pela crítica social e de costumes, não esquecendo questões ligadas à economia e gestão.

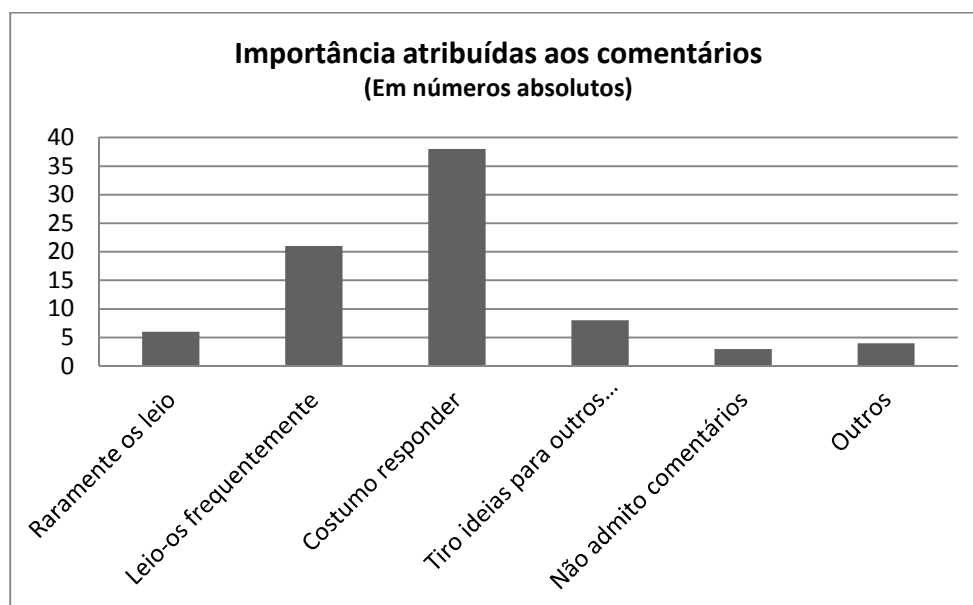
Gráfico 8.8. – Frequência de inclusão de links para notícias publicadas nos *media*



E o que nos diz a estratégia de linkagem que os bloggers políticos assumem? As respostas indiciam uma imagem um pouco contraditória da acima referida, já que os inquiridos dizem linkar preferencialmente para notícias de órgãos de comunicação social. Apenas 32,2% afirma estabelecer hiperligações com frequência para outros blogues e 22% diz mesmo que o faz raramente. A opinião

publicada na imprensa tradicional não é igualmente referenciada de forma frequente, embora 59% garanta fazê-lo ocasionalmente. Já a citação de artigos de opinião próprios publicados em outros órgãos de comunicação social é uma prática pouco frequente entre os bloggers.

Gráfico 8.9. – Importância que bloggers atribuem aos comentários dos leitores



A perspectiva da blogosfera como uma instância de deliberação inclui a relação que os bloggers estabelecem com os seus leitores. A discussão gizada neste novo espaço público incide na conversação entre bloggers, mas pode incluir também o diálogo com quem faz da blogosfera um novo espaço de conhecimento, informação e debate, mesmo sem nela terem um blogue pessoal. A importância atribuída aos comentários reflecte também uma postura relacional face a outras perspectivas: nesse sentido, encontramos uma comunidade de bloggers abertos a receber a opinião dos outros (só 5% não admite comentários) e até a dialogar com eles (64% costuma responder, valor semelhante ao encontrado pelo estudo de Silva, publicado em 2009, para a blogosfera geral), embora isso não pareça influenciar grandemente o sentido da sua intervenção e a própria blogosfera, já que apenas 13,5% retira dessa conversa ideias para novos posts.

8.3. Os bloggers no cruzamento de esferas: do mundo online ao offline

Investigados os novos actores sociais no seu perfil sócio-demográfico e na sua actividade no mundo interior da blogosfera, falta agora saber que relações estabelecem com o chamado mundo offline. As relações com outras esferas, mais institucionais ou mais informais, podem dar conta de uma presença na blogosfera que responde a princípios de autonomia face a outras movimentações públicas e políticas, sendo assim uma alternativa, ou de complementaridade, revestindo-se, desse modo, de um carácter mais transversal a outros domínios sociais.

8.3.1. Influência e participação

O que pensam os bloggers sobre a sua capacidade de intervenção no espaço público e na vida política, enquanto indivíduos e enquanto comunidade virtual? Pensam, sobretudo, que são influentes, ligeiramente mais em comunidade do que individualmente. Assim, perto de 63% dos inquiridos acredita que o facto de ser blogger aumentou a sua influência pessoal no espaço público. Quando questionados sobre as razões dessa afirmação, os inquiridos apresentaram respostas que tinham a ver com o facto de serem lidos (por amigos ou anónimos) e disso receberem *feedback*, com as citações em jornais ou televisões ou com reflexos em agentes políticos.

A blogosfera é capaz de influenciar o curso da vida política para quase três quartos dos inquiridos. Os que contrariam essa percepção acreditam numa intervenção marginal, em casos muito específicos ou até mesmo nenhuma, já que “a vida política portuguesa perpetua-se”, tem “vida própria” ou porque a blogosfera “está desligada do *mainstream* nacional”. Mas este não é o sentimento dominante. Porque é “um fórum de cidadania”, espaço de “liberdade e criatividade” e “mais independente”, a blogosfera pode influenciar. Há ainda quem diga que a blogosfera faz “o trabalho de casa para os políticos”, promove o escrutínio desses agentes e também dos *media*, insistindo em temas que os jornalistas deixam cair. Por isso tudo, “ajuda a formar opinião”. E onde vêem os bloggers sinais dessa influência? No facto de darem origem a notícias, aparecerem nos jornais e televisão e de serem lidos pelos agentes políticos. Essa percepção da presença da blogosfera política na vida pública parece maior nesta comunidade que na comunidade de bloggers em geral. Silva (2009) assinala que apenas 51% dos seus inquiridos acreditava contribuir para a discussão de temas essenciais para a sociedade, embora um terço afirmasse que também “às vezes” o poderia fazer.

Por outro lado, existe uma percepção de que a capacidade de influência não é igual em toda a blogosfera, conseguindo-se identificar um grupo restrito de blogues reconhecidos pelos inquiridos como sendo os mais influentes (a cada um era pedido que assinalassem três blogues). Dessa “votação” cinco blogues surgem como os mais citados, que correspondem a um espectro alargado de ideologia: Blasfémias (26 votos), Insurgente (9 votos) e 31 da Armada (9 votos) – mais conectados com a ala liberal e de Direita da blogosfera; Jugular (19 votos) e Arrastão (9 votos), mais ligados com a Esquerda.

Os bloggers são ainda pessoas presentes em outras instâncias da vida real, mostrando uma presença assídua e diversificada em diferentes fóruns.

Gráfico 8.10. – Formas de participação na vida pública (inquiridos podiam escolher mais que uma)



Apenas 23,7% dos bloggers refere não ter qualquer outra forma de participação na vida pública para além da blogosfera. Ou seja, perto de três quartos dos inquiridos são também activos “offline”, participando principalmente em conferências e debates. Por outro lado, são também uma população envolvida, embora em menor escala, em movimentos de carácter cívico, com causas que vão a questões mais ligadas à política nacional (como investimentos públicos, petições ou referendo ao aborto) a matérias de cariz social, como sejam o voluntariado, a Igreja Católica, movimentos

ambientais ou de defesa do consumidor. Assim, 47% dos inquiridos refere estar ligado a estas novas formas de cidadania, muitos em mais que um movimento.

É claro que este envolvimento em outras formas de participação na vida pública reflecte também o facto de estarmos a falar de uma população altamente qualificada, com recursos culturais e sociais elevados que emprega em diversos patamares da sua actividade, quer seja online, quer seja offline. E, portanto, a blogosfera parece aqui um “palco” complementar para outros níveis de participação, mas com uma diferença substancial – é que a sua permanência no tempo e no espaço dá-lhe uma abrangência completamente diferente da participação em conferências e debates, ou manifestações e petições. A leitura da blogosfera não está confinada, como acontece em participações presenciais, à assistência numa sala nem ao tempo de duração das intervenções dos oradores ou das causas e manifestações. É acessível em qualquer momento e em qualquer lugar ligado à rede.

8.3.2. Novas lógicas de colonização: da política aos *media*

Os bloggers políticos portugueses têm uma relação muito próxima com os meios de comunicação social tradicionais e apresentam consumos mediáticos muito semelhantes. Assim, de uma forma frequente, 81,36% lê o jornal Público, 71,2% vê os noticiários da SIC Notícias, 62,7% ouve a TSF. A leitura regular de outros jornais diários é muito menos expressiva: DN (40%), i (32%), JN (17%) e Correio da Manhã (15,2%) não chegam a ser lidos frequentemente por metade, ou no caso dos jornais ditos mais populares, por um quinto dos inquiridos. Ainda assim, encontramos também uma percentagem significativa de bloggers que lê jornais estrangeiros (57,6%). A concentração da dieta televisiva num canal é também significativa, já que o consumo regular de outros noticiários é muito menos expressiva nesta população: RTP (28,9%), RTP 2 (15,25%), SIC (32,2%), TVI (18,6%), RTPN (27%) e TVI 24 (15,25%). Finalmente, no que diz respeito ao universo radiofónico, encontramos igualmente poucos hábitos de consumo frequente fora da TSF: Antena 1 (23,7%) e RR (6,8%).

Assim, encontramos uma população que habita maioritariamente a mesma ecologia mediática, consumindo notícias de forma muito semelhante e sem grande dispersão em termos de fontes. É claro que o consumo indicia uma população altamente mobilizada em termos cognitivos, mas nada diz em termos da participação efectiva dos bloggers nesses meios de comunicação tradicionais.

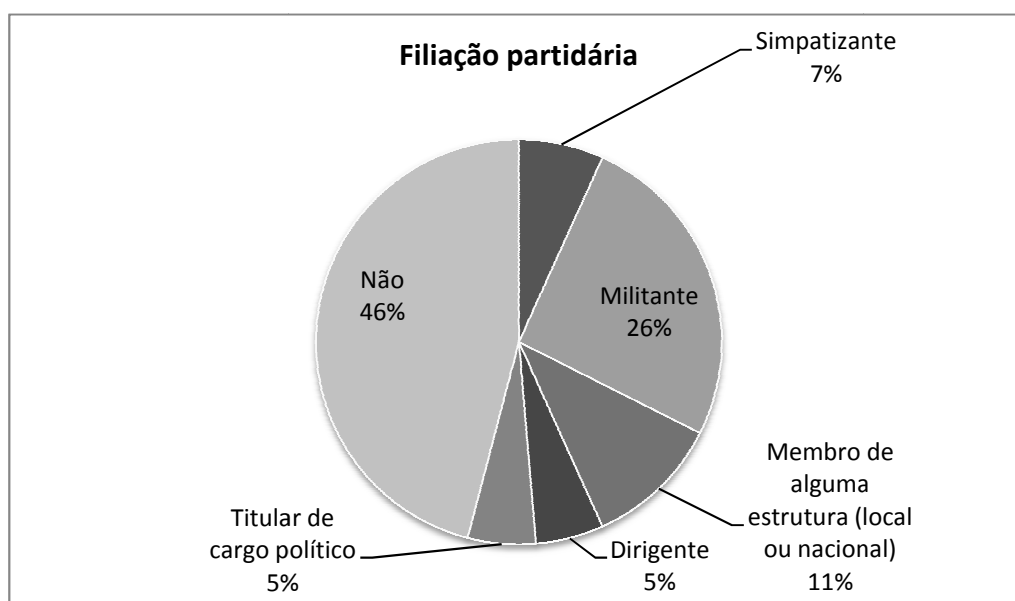
Sabemos já do perfil socio-demográfico que uma percentagem importante é jornalista – contudo, aí desenvolverá, muito provavelmente, uma actividade diferente da que tem nos blogues, que é o domínio da opinião e não da notícia. Mas, será então que os bloggers participam igualmente nos *media mainstream* na produção de opinião política? Cerca de 22% afirma manter um espaço de opinião regular nos jornais, em meios como televisão (nacional e local), rádio (nacional e local) e jornais (nacionais, locais e especializados). Por outro lado, temos um dado muito significativo que é o facto de quase metade dos bloggers (46%) afirmar ter sido convidado para um espaço de opinião dos *media mainstream* (a título ocasional ou regular) depois de se ter tornado blogger.

Estes dados evidenciam de forma muito expressiva lógicas de colonização bilaterais: os jornalistas foram para os blogues, mas também os bloggers foram para os jornais, rádio e televisão. Esta situação levanta questões em termos da reprodução de poder já que a blogosfera é um espaço com grandes ligações aos *media*, partilhando autores e actores. E, como já vimos anteriormente, os bloggers garantem linkar preferencialmente para notícias dos meios de comunicação social. Assim, os blogues funcionarão em estreita conexão aos *media* e não podemos afirmar uma total autonomia e independência entre as duas esferas – e não será uma questão de dependência unilateral dos bloggers em relação aos *media*, porque estes, como vimos, também foram à blogosfera recrutar opinião.

Olhando agora para a relação entre os bloggers políticos com os partidos políticos, uma forma de participação formal e institucionalizada, encontramos um quadro de maior distanciamento do que aquele traçado em relação a outras atitudes de intervenção cívica e na vida pública. Assim, 57,6% dos inquiridos afirma não pertencer a nem ter simpatia por qualquer partido político. Este número é significativamente maior do que a percentagem de inquiridos sem simpatia partidária encontrada por Carvalho e Casanova (2010) em bloggers com intervenção na esfera pública, situada nos 37,2%. Ora sendo a nossa população constituída por indivíduos especificamente interessados na vida política e com um perfil sócio-demográfico muito próximo dos tradicionais membros de partidos políticos e de pessoas adeptas de práticas políticas institucionalizadas, este distanciamento não deixa de ser significativo. De facto, poderemos encontrar, na prática de participação online e na blogosfera, uma espécie de contrapartida: por provável insatisfação com o funcionamento partidário português e de representação parlamentar, indivíduos que tradicionalmente pertenceriam a organizações políticas

preferem uma participação noutros moldes, usando assim os blogues como um espaço de compensação.

Gráfico 8.11. – Nível de participação dos inquiridos em partidos políticos



Na verdade, encontramos no nosso inquérito apenas 4 casos de políticos no activo e presentes na blogosfera mais lida em Portugal: perto de 7%. Os dados apontam ainda para 32% de bloggers militantes e 13,5% é membro de alguma estrutura partidária. A grande clivagem que encontramos aqui é entre a militância e a não militância, entre a adesão institucional e a não adesão, porque apenas 8,5% dos inquiridos se afirma simpatizante, ou seja, com alguma identificação partidária, mas sem formalização.

8.4. A teia de relações: explicando os nós

Dada a ênfase das investigações anteriores sobre as divisões ideológicas da blogosfera política portuguesa, uma das primeiras hipóteses a averiguar diz respeito à associação que se pode estabelecer entre as ideologias perfilhadas pelos bloggers (ou seja, na adopção de um conjunto de

ideias para uma acção política organizada) e o comportamento destes agentes enquanto bloggers – nomeadamente na frequência com que actualizam os blogues, nas motivações que afirmam ter para blogar e nas práticas de consumo de outros blogues. Essas hipóteses foram submetidas a testes de independência das variáveis com recurso ao software SPSS (ver anexo C). E aqui apenas se encontra uma relação de dependência entre a ideologia e a motivação, ou seja, entre o facto de o blogger partilhar de uma ideologia de Esquerda e blogar como forma de intervenção cívica. Assim, as diferenças ideológicas dos bloggers não se encontram, de uma maneira geral, relacionadas com a interacção desenvolvida com a blogosfera – quer como autores, quer como leitores.

A posição no espectro ideológico poderia ainda justificar a relação dos bloggers com as outras esferas da vida “offline”: Será que ter uma determinada ideologia explica a participação na vida pública, através de debates, conferências ou livros? Será a ideologia que justifica as diferentes relações com os *media* (quer como consumidores, quer como participantes)? Será a ideologia que fundamenta as diferentes atitudes face aos partidos políticos? Para todas estas variáveis, os testes efectuados demonstram que não existe uma associação estatisticamente significativa. Exceptuando o facto de encontrarmos uma relação entre o facto de o blogger se situar na Esquerda e o facto de ver frequentemente a RTP2 (eventualmente, pela defesa do Serviço Público), não encontramos diferenças significativas entre as outras práticas dos bloggers de acordo com a sua situação no espectro ideológico. Ou seja, a opção pelas diferentes ideologias por parte dos bloggers não parece estar relacionada com a sua participação na vida pública “real”, assim como não está relacionada com o facto de participar em movimentos cívicos ou pertencer a um partido político. A perfilhação de uma qualquer ideologia pelo blogue não surge igualmente associada ao facto de alguns bloggers terem sido convidados para participar em espaços de opinião dos *media* tradicionais.

A manutenção de um espaço de opinião regular num meio de comunicação tradicional não está, igualmente, relacionada com ideologia ou outras formas de participação offline. Exceptuando uma dieta mediática mais diversificada, nenhuma outra associação significativa foi encontrada entre os comentadores dos *media* tradicionais e práticas fora da blogosfera. Mesmo dentro deste espaço, a única prática que os distingue é o facto de, naturalmente, linkarem mais frequentemente para artigos de opinião próprios. Isto indicará uma utilização dos blogues como plataforma de amplificação unilateral de outros espaços nos *media*, até porque nada mais distingue estes bloggers em termos da

sua prática na blogosfera a indicar uma participação mais activa (como a frequência de entradas ou a interacção com os leitores).

Poderemos então encontrar alguma associação entre o facto de o blogger ter sido convidado pelos *media mainstream* e as suas práticas nas restantes esferas offline? A única relação significativa é a que diz respeito a esses convites e ao facto de o blogger participar em movimentos cívicos – há assim uma associação positiva entre o convite e o envolvimento em fóruns de cidadania. Curiosamente, são também estes bloggers que menos lêem outros blogues políticos e que menos frequentemente linkam para blogues políticos. Ou seja, a interacção com a restante blogosfera política parece ser menos relevante para quem conquistou um espaço em outras plataformas – o que levanta a hipótese de a presença na blogosfera para estes agentes ser mais instrumental face a outras esferas do que uma adesão às virtudes da blogosfera política enquanto espaço de participação autónomo e independente.

Então, para quem é a blogosfera política um espaço autónomo com valor próprio? Sobretudo, para os bloggers que se afirmam sem partido: esses são também agentes que não estão associados a movimentos cívicos nem a outras formas de participação na vida pública. Ou seja, são pessoas que poderíamos considerar quase “desgarradas” de outras formas de mobilização política, mas que encontram nesta plataforma a compensação para o distanciamento face à vida “real”. A não filiação partidária está ainda significativamente associada à percepção de que a blogosfera pode influenciar o curso da vida política portuguesa. O que nos leva a concluir que quem não tem ligações “offline”, está mais confiante face às potencialidades da discussão online. Quem também acredita numa influência da blogosfera sobre a vida política são os bloggers que participam como forma de intervenção política e esses apresentam um padrão de relacionamento de alguma forma mais próximo dos leitores dos seus blogues, já que são os mais propensos a ler frequentemente os comentários aos seus posts, assim como a retirar das ideias de outros que comentam as suas entradas para outros posts.

Tendencialmente, poderíamos apontar que a participação na blogosfera apresenta dois grandes padrões. Temos bloggers, a que chamamos de “exclusivos”, que usam a plataforma como um espaço único de participação. Sem filiação partidária, não apresentam ainda associações significativas a outras presenças na vida pública nem participação em movimentos cívicos. São os

que mais acreditam no poder da blogosfera enquanto forma de condicionamento da vida política portuguesa e que, também, vêem a sua condição de blogger como factor de influência no espaço público. A blogosfera é aqui um espaço de autonomia e independência.

Por outro lado, há bloggers, que designamos de “amplificadores”, que usam este fórum como um espaço, se não instrumental, pelos menos adicional a outras esferas de participação – sobretudo a participações nos espaços tradicionalmente mais privilegiados da opinião e do comentário políticos: os *media* tradicionais. A questão da ligação a partidos não parece ser significativa, nem outras formas de participação da vida pública que coexistem de forma mais próxima e imbricada com a vida política formal, como são as conferências, os debates ou os livros. Já os movimentos cívicos parecem mais relevantes nesta equação, reveladores de uma nova atitude face à participação política.

Assim, se no imaginário da blogosfera podemos encontrar algum afastamento face a um tradicional centro de poder, como são os partidos políticos, identificamos, contudo, uma proximidade muito grande a outro centro de poder, que são os *media* tradicionais. Esta desmobilização institucional face à política mais formal – vista também pelas relações da participação em movimentos cívicos – não significa, contudo, o desprezo pelo outro espaço tradicionalmente estruturante do discurso político. Pelo contrário, os *media* surgem aqui como um dos factores mais omnipresentes nas relações estabelecidas pelos bloggers.

8.5. Conclusões

O facto de podermos extrair traços de dois perfis diferentes, os “exclusivos” e os “amplificadores”, para a presença na blogosfera não significa, contudo, que a blogosfera seja habitada por uma nova categoria de actores políticos. Continuamos a ter uma classe homogénea dotada de recursos culturais e sociais, predominantemente masculina e urbana – tal qual a que encontramos na participação política formal e institucionalizada. Mas, perante o distanciamento e talvez desapontamento face aos partidos políticos, os que tradicionalmente poderiam ser seus membros optam por uma nova forma de mobilização. E, aqui, o que se evidenciará são duas estratégias de participação diferentes dessa classe: um percurso que segue mais “colado” aos *media* e às novas

formas de mobilização (como movimentos cívicos) e uma outra prática exclusivamente dedicada à presença e discussão online via blogosfera.

Contudo, desempregados, trabalhadores pouco qualificados ou com escolaridade baixa – que poderiam eventualmente trazer para o espaço público e debate um conjunto diferente de preocupações – estão ausentes da blogosfera política mais lida em Portugal. Nesta esfera, também não encontramos bloggers de áreas mais interiores do país. E assim esta não pode considerar-se como equitativa e representativa já que estas dimensões contrariam o pressuposto de uma esfera pública onde a variedade dos cidadãos e das alternativas de discussão estão presentes. Os bloggers são ainda agentes que habitam maioritariamente a mesma atmosfera mediática e que portanto respiram as mesmas notícias e as mesmas opiniões.

É claro que a blogosfera não vive de forma distante face aos *media mainstream*, mas sim em estreita imbricação. Para além de uma percentagem significativa de bloggers participar, numa base regular ou não, em espaços de opinião da comunicação social, há que salientar que 15% é jornalista. E há uma maior propensão dos bloggers para “linkar” notícias dos *media* nos seus posts do que, por exemplo, para outros blogues. A blogosfera é ainda um espaço maioritariamente habitado por actores que surgem em outras plataformas, sejam elas partidárias, de movimentos cívicos ou de actividades da vida pública.

Desta forma, evidenciam-se lógicas de migração e de colonização entre as diversas plataformas da vida pública. Os jornalistas tornaram-se bloggers, estes “opinion-makers” dos meios tradicionais – complexificando as relações entre os *media* e a blogosfera e tornando mais fluidas as origens da opinião e do facto político. Os membros dos partidos também entraram na blogosfera mostrando que as lógicas de reprodução do poder se mantêm nas distintas plataformas. Será, contudo, significativo que quase 40% dos bloggers se tenha afirmado liberal, quando em Portugal esta ideologia, sob essa mesma enunciação, não tem representação partidária ou parlamentar. Assim, neste ponto, a blogosfera poderá ser a instância de expressão de uma voz mais abafada noutros espaços públicos.

Traçado o quadro de conhecimento e compreensão destes actores sociais, falta agora saber de que forma estruturam o seu discurso na blogosfera. Ou seja, que ligações estabelecem aí, no que escrevem, às outras instâncias de discurso público: *media*, outros *sites* e outros blogues.

9. Os blogues na rede e rede de blogues

«Enfim, pode suspeitar-se que há nas sociedades, de um modo muito regular, uma espécie de desnível entre os discursos: os discursos que se “se dizem” no fio dos dias e das relações, discursos que passam com o acto que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de um certo número de novos actos de fala, actos que os retomam, os transformam ou falam deles».

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

Depois de explorada a interacção dos bloggers com a blogosfera e com algumas facetas do mundo offline, o aprofundamento das relações que eles estabelecem especificamente no campo da sua participação nos blogues é o próximo passo. O objectivo é conhecer que conexões estabelecem os bloggers através das hiperligações incluídas nos seus posts. Estas ligações são essenciais para perceber a implicação dos blogues na promoção da diversidade já que, abrindo o discurso a outras localizações, informações e documentações, poderão estar a abrir este espaço a novas vozes, diferentes alternativas e perspectivas variadas de análise.

A exploração das ligações estabelecidas nos blogues deverá permitir perceber quem são os alvos preferenciais dos relacionamentos blogosféricos: outros blogues, *media* e *sites* da Internet? A ligação a outros blogues amplifica o espaço público, pode estabelecer um princípio conversacional e deliberacional que promove a participação e a constituição de uma esfera pública no sentido habermasiano. A ligação a outros *sites* diversifica a perspectiva de análise, permite a verificação e pode introduzir elementos novos na discussão. A ligação aos *media* pode constituir os blogues em instância de escrutínio, mas, por outro lado, poderá ser apenas um reforço do discurso dominante veiculado pelos meios *mainstream*.

Assim, importa analisar para o caso português que tipo de ligações encontramos nos blogues. Por outro lado, com esta aferição poderemos ainda tentar perceber se existe uma rede na blogosfera política e, se sim, que características apresenta: é polarizada ou conversacional? Há actores centrais,

há coesão? E finalmente, poderemos tentar perceber que implicações existem em termos de deliberação, construção do sentido e do discurso na blogosfera.

9.1. As hiperligações como estrutura da rede

Para Burnay e Klein (2007: 27), o blogue “é relação”, ou seja, só existe pelas suas relações, tornando-se, desta forma, um objecto social. Assim, a exploração sistemática das relações dos blogues é essencial na investigação científica que visa aprofundar o conhecimento sobre a blogosfera. A presença de links é, aliás, considerada um dos primeiros factores de diferenciação desta nova ferramenta (Blood, 2000). A interactividade potenciada pela hiperligação, além de fornecer o enquadramento metodológico para a análise da blogosfera enquanto espaço de conexão e interacção, é também considerada um factor de atracção, satisfação e de maior atenção por parte dos utilizadores (Williams *et al.*, 2005).

A possibilidade de estabelecer hiperligações na Internet, e especificamente nos blogues, é considerada como uma marca distintiva do novo discurso estabelecido no ciberespaço. Munidos destas ligações, os blogues podem representar uma forma de comunicação electrónica mais profunda, activa e interconectada. As hiperligações nos blogues, que podem ser duradouras (através dos blogrolls – lista de blogues e *sítes* listada numa coluna do blogue) ou específicas de um determinado post (chamados de in-post links). A hiperligação permite a navegação pela Internet de forma fácil e rápida, através do clique sobre o texto ou a imagem. Através destes links garante-se uma das formas de interactividade potenciada pela Web 2.0 e existe já um amplo corpo de investigações académicas sobre o assunto. A análise das hiperligações entre *sítes* tem sido aplicada em áreas de estudo tão diversas como a comunicação internacional, o comércio electrónico, comunicação inter-organizacional e interpessoal (Park, 2003), o que mostra assim a diversidade de interesse que atraiu esta potencialidade técnica da Internet, considerada como o elemento estrutural básico da arquitectura mais global da rede.

O texto produzido nos blogues com recurso aos links proporciona, por um lado, um sistema de referência automático, incorporado no próprio texto, que permite ao leitor confirmar a informação que é dada, acedendo mesmo a todo o documento e não apenas a partes seleccionadas pelos

autores (como acontece, por exemplo, nos textos jornalísticos tradicionais). Por outro lado, a hiperligação pode representar uma conexão a uma panóplia de diferentes tipos de documentos, nomeadamente multimédia. Desta forma, as perspectivas de análise que se abrem ao leitor são múltiplas e não dependentes em exclusivo do que pretendia o autor do texto.

Duas perspectivas de análise podem ser assumidas quando se tem os links por objecto de estudo no universo dos blogues. Um primeiro nível de observação, a que chamaremos de abordagem externa, tem a ver com a estrutura que se constrói na net a partir das hiperligações e do significado social que lhe pode ser atribuído. Assim, importa ver para que fontes linkam os blogues: para outros blogues? Para *sites* noticiosos associados aos *mainstream media*? Para outros *sites* institucionais ou de índole colaborativa, como são o You Tube ou a Wikipedia? Para outros fóruns potenciados pelas redes sociais, como são o Facebook ou o Twitter? Através dos caminhos que se estabelecem na rede, um espaço de significado social também se vai construindo.

Outro nível de análise, a que chamaremos de abordagem interna, tem a ver com as consequências da hiperligação em termos de construção do significado do texto. O link pode interferir de modo significativo no sentido que é atribuído à mensagem já que o controlo sobre um texto que tem hiperligações é obviamente diferente daquele que o autor pode exercer sobre um texto linear. Nesse sentido, poder-se-á falar de autorias partilhadas, no sentido em que o blogger/autor do texto permite que outros contribuam para a construção do sentido da sua mensagem. Diferentes níveis de controlo usando hiperligações podem ser estabelecidas, desde uma introdução meramente referencial a uma construção textual que tem por alicerce outro autor.

9.1.1. Linkando os links – o valor da relação

Numa primeira abordagem à estrutura das hiperligações, a noção de rede social sobressai como perspectiva metodológica essencial. “A blogosfera é uma rede social clássica com qualidades especiais que a tornam ideal para a investigação” (Tremayne, 2007: x). A possibilidade de arquivar e de rastrear a comunicação estabelecida é uma dessas qualidades, assim como o facto de os laços sociais serem especificamente designados através das hiperligações, sobre as in-post, por serem mais dinâmicas.

Alguns autores atribuem maior valor investigatório aos blogrolls, por considerarem que representam o que se pode considerar um grupo dentro da blogosfera. Partindo do princípio de que o/os administrador/es do blogue listam nessa coluna os projectos com os quais partilham interesses e pelos quais têm alguma afinidade, os blogrolls formam a “base potencial para uma comunidade online” (Koop e Jansen, 2009). Tipicamente, esta lista é actualizada de forma pouco frequente, o que, por um lado, garante estabilidade à constituição dessa comunidade, mas, por outro, pode contribuir para a imagem estática de um fenómeno que é dinâmico e em constante movimento. Por exemplo, Hargittai *et al.* (2008: 85), num estudo sobre a blogosfera norte-americana, encontraram um significativo número de links in-post para blogues que não pertenciam à blogroll do blogue de origem, considerando ser “demasiado simplista depender apenas dessa informação para compreender os hábitos de leitura dos bloggers”. Desta forma, a análise dos links in-post poderão fornecer uma imagem mais dinâmica e actual.

Através dos links, os blogues formam um sistema ligados entre si pela troca de informação e pela manutenção de um relacionamento cooperativo, normalmente em torno de interesses comuns. Uma das metodologias disponíveis para estudar links é a análise de redes sociais, sendo estas constituídas por um grupo de nós (que podem ser pessoas, organizações ou outras entidades sociais) ligadas por um conjunto de relações, cuja categorização (amizade, reconhecimento, prestação de contas, etc.) deverá resultar da observação da rede a analisar. A análise de redes sociais permite identificar estruturas nesses sistemas sociais em detrimento de atributos de casos individuais. Vários autores aplicaram esta metodologia, numa assunção de que as hiperligações não são apenas potencialidades tecnológicas, mas a representação de uma conexão social (Ali-Hasan e Adamic, 2007; Leccese, 2009). Assim, na análise de redes sociais, o que sobressai enquanto objecto de estudo são as relações. Vários estudos aplicaram esta metodologia à blogosfera, nomeadamente à blogosfera política. Por exemplo, Park e Thelwall (2008) analisaram a blogosfera política sul-coreana, demonstrando a centralidade dos blogues associados ao partido no poder. Bruns e Adams (2009) exploram a inclinação de esquerda da blogosfera política australiana e Etling *et al.* (2010) destacaram a existência de clusters nacionais mais dinâmicos na blogosfera árabe.

Uma vez que a análise de redes sociais usa como unidade de observação as relações, há um pressuposto de base a esta metodologia que é a identificação das relações significativas. Como explica Tremayne (2007), o link é facilmente reconhecido como sendo a relação, mas a significância

social que lhe é atribuída não tem sido objecto de grande aprofundamento (como se viu no capítulo 6). Assim, alguns assumem o link como um reconhecimento da importância do outro, demonstrativo de autoridade na rede. Essa é, por exemplo, a abordagem de Karpf (2008). A assunção básica é que quanto mais um blogue é linkado, mais influente é, numa analogia clássica ao sistema de citação em ambiente académico por pares, que dá origem, nomeadamente, ao cálculo do factor de impacto e aos *rankings* de revistas científicas nas mais diversas áreas de conhecimento.

Essa autoridade atribuída aos blogues mais linkados, normalmente também os mais lidos (que nos Estados Unidos são designados de A-List blogs) foi, por exemplo, analisado por Drezner e Farrel (2004) que identificaram nesse padrão de linkagem uma distribuição que privilegia os mais “fortes”: por serem mais linkados, recebem mais visitas, e de novo mais links – desta forma, alguns blogues constituem-se como uma espécie de *hubs*, concentrando a maior parte do tráfego. Mas, ao mesmo tempo, esses blogues conseguem ainda promover algumas informações específicas e canalizar a atenção pública para blogues menos relevantes do ponto de vista das hiperligações e das leituras.

Outros estudos assumem os links, nomeadamente os que ocorrem entre blogues políticos, como indicadores de uma afiliação política ou proximidade ideológica. Esta será a abordagem mais comum no estudo do padrão das hiperligações dos blogues, como se pode ver nos estudos de Adamic e Glance (2005), Hargittai *et al.* (2008), Moe (2011) e Meraz (2011). Estas ligações de carácter ideológico podem traduzir-se em dois tipos de interacção: podemos ter, por um lado, uma divisão ideológica na rede – sinal de homofilia política (Sunstein, 2008) ou ciberbalcanização (Tremayne, 2007) – ou, por outro, um estilo conversacional e deliberacional (Koop e Jansen, 2009; Hargittai *et al.*, 2008; Moe, 2011) entre blogues de diferentes facções ideológicas. Por outro lado, outros autores analisam os links do ponto de vista da teoria do *gatekeeping*, considerando que as hiperligações, ao demonstrar o focus da atenção e da agenda dos autores dos blogues, estão a controlar o que se diz e o que se deve ler (Leccese, 2009; Park e Thelwall, 2008; Williams *et al.*, 2005). Os links funcionam como uma espécie de autoridade do autor que dirige a atenção dos leitores para as fontes que ele considera credíveis.

A relação com os *media* é outro objecto de investigação, nomeadamente no peso que estes assumem no leque de fontes que estas hiperligações representam. Assim, o objectivo é saber qual a origem preferencial que os bloggers procuram quando fazem hiperligações. A maioria dos estudos

realizados, quer no país (Serra, 2009), quer fora de Portugal (Etling *et al.*, 2010; Reese *et al.*, 2007; Leccese, 2009) mostra uma grande predominância de ligação aos *media mainstream*. Os estudos são, normalmente, quantitativos, mas algumas investigações incluem análise qualitativa. Reese *et al.* (2007: 257) refere, por exemplo, que os bloggers, quando citam (por hiperligação) os *media* tradicionais “raramente desafiam técnicas retóricas específicas e grandes estruturas mediáticas”, contribuindo, desta forma, para preservar e reforçar as normas profissionais do jornalismo. Leccese (2009) encontrou também a predominância de links para os *media* (46,5%), seguida de ligações a outros blogues (23%). O recurso a fontes primárias de informação, neste estudo, é de 15,5%, o que, para o seu autor, revela que os bloggers são, sobretudo, comentadores e não fornecedores de informação.

A maior parte destes estudos assume um sentido para os links, sem contudo apresentar grandes justificações ou explicações para as opções tomadas. De facto, o tema é vasto e necessita de um aprofundamento metodológico. Como explica Park (2003: 58), “vários métodos precisam de ser usados para examinar as razões pelas quais os responsáveis dos *websites* formam uma rede com outros *sites* através das hiperligações: inquéritos, entrevistas, observação, análise comparada de conteúdos de *sites* e outros dados de rede poderiam contribuir para a compreensão das relações sociais entre as componentes da rede”.

9.1.2. Construindo significados – o sentido das hiperligações

O sociólogo francês Henri-Pierre Jeudy (1995: 130) defende que a actual sociedade é caracterizada pela transbordância do sentido: “O sentido é agora dado por uma superabundância de discursos políticos e jornalísticos que se esforçam por conjurar toda a falha, toda a impressão de vazio ou de irreabilidade na interpretação dos acontecimentos”. Ainda que o âmbito de reflexão do autor se centre no ideal democrático e nas violências de regime, a ideia de um sentido, que transborda os limites do que é o seu objecto, é igualmente uma imagem que se aplica ao discurso produzido em contextos de rede pelo recurso a hiperligações.

O uso de hiperligações produz a criação de hipertextos, um vocábulo que designa uma forma diferente de construir narrativas. Os hipertextos apresentam novas características que assentam,

essencialmente, na não sequencialidade e na estrutura irregular (Nielsen, 1995; Lister *et. al.*, 2003). Ou seja, esta é uma narrativa cuja concretização e forma final resulta das escolhas do leitor, num circuito que depende dos seus interesses e desejos. Não temos assim um único fluxo de informação sequencial e unidireccional. A estrutura do hipertexto é variável, constituída por nós e ligações, cuja ordem de conexão varia de acordo com diferentes escolhas não controladas pelo autor.

Ainda antes de esta conceptualização de hipertexto, também Roland Barthes (1968) propôs uma teorização onde o significado do texto não está apenas na sua materialização visual imediata. Anunciando a morte do autor, Barthes (1968) defende que um texto é feito de escritas múltiplas, constituído por diversas culturas que entram em diálogo e paródia, e que essa multiplicidade apenas se reúne num espaço, no leitor, que convoca as suas experiências, culturas para dar significação ao que lê. Assim, o leitor é que é origem da unidade textual. O nascimento do leitor, diz Barthes, é a morte do autor. Na mesma linha, Lévy (2001: 34) escreve que “o espaço do sentido não pré-existe à leitura”, sendo que ele é fabricado e actualizado “ao percorrê-lo, ao cartografá-lo” porque o “ligamos a outros textos, a outros discursos, a imagens, a afectos”.

Essa ideia de que o autor não é a figura máxima central de um texto, de que a autori(a)dade já não resulta do trabalho de quem propõe uma ideia, uma mensagem, subjaz igualmente à noção de hipertexto. Aliás, para Lévy, o hipertexto mais não é que a transcrição tecnológica de uma função cognitiva e actividade mental humana, sendo que este conceito designa “uma matriz de textos potenciais”, alguns dos quais se vão realizar “através da interacção com um utilizador” (2001: 37). Contrariamente às modernas estruturas narrativas caracterizadas pela presença de um autor que exerce a sua voz autoritária pela fixação de uma ordem de eventos, os hipertextos estão em trânsito, são im-permanentes e feitos para mudar, incorporando múltiplas perspectivas e expressões (Huesca e Dervin, 1999). É claro que esta estrutura irregular permite caminhos de leitura diversificados e compromete uma eventual integridade do texto e da autoria, complexificando o trabalho do leitor activamente convocado para a significação final da mensagem.

Nielsen (1995) defende uma economia de links, explicando que esta atitude crítica significa não adicionar hiperligações para qualquer conceito remotamente relacionado. Desta forma, o trabalho do leitor não é complexificado, nem o do autor minimizado pela adição de links irrelevantes ou pouco contributivos para a mensagem a transmitir. O papel do autor é definir prioridades e apontar para

direcções relevantes. Ou seja, ainda que a autoridade do autor, como aquele que decide a forma como os leitores podem ser introduzidos em determinados tópicos, seja “destruída” pelo hipertexto (Nielsen, 1995: 321), isso não significa que ele não tenha um papel ainda chave neste processo: o de providenciar oportunidades para os leitores (mais do que guiá-los). Lévy (2001: 40) adianta ainda que “a hipertextualização multiplica as ocasiões de produção de sentido e permite enriquecer consideravelmente a leitura”.

Outro conceito que pode nascer desta interpretação do texto é o da autoria cooperativa (Nielsen, 1995: 320), que incorpora a natureza colaborativa do trabalho em computador através da coordenação de diferentes nós da rede escritos por autores múltiplos. Esta situação pode levantar problemas à (des)orientação do leitor, por causa da actividade de vários autores, mas tem a vantagem de agregar informação de diferentes fontes num caminho partilhado. Por outro lado, os privilégios de acesso podem ser diferentes, consoante os utilizadores, permitindo que um autor principal mantenha a canonicidade da estrutura do hipertexto, ao mesmo que tempo que outros adicionem informação através de links.

Quando aplicamos estas reflexões ao universo da blogosfera, é fácil perceber que a utilização de hiperligações transforma os posts em hipertextos, onde o sentido final da mensagem está fisicamente para além do blogue que hospeda a entrada. Esta possibilidade é um dos factores que distingue os discursos tradicionais no mundo político e jornalístico, onde o controlo sobre a mensagem é essencial quer na estratégia de persuasão que incorpora as intervenções dos políticos mesmo em contexto de blogues (Williams *et al.*, 2005; Trammell *et al.*, 2006), quer na linguagem jornalística (Singer, 2005; Woodly, 2008). Contudo, até que ponto estão os actores políticos da blogosfera dispostos a abdicar deste controlo sobre a mensagem? Este aspecto não tem sido muito explorado do ponto de vista académico, ainda que alguns trabalhos (como em Herring *et al.*, 2007, ou Trammell *et al.*, 2006) tenham, por exemplo, notado a ausência de links num número muito significativo de posts. Assim, mesmo em contexto interactivos e multimédia, como são os blogues, o discurso pode continuar a ser linear, apresentando uma estrutura regular e fechada.

E, sendo claro que nem todos os textos produzidos no contexto da blogosfera usam links, a implicação da hiperligação na significação final é igualmente variável. Ou seja, há diferentes níveis de controlo que o autor do post, usando hiperligações e mesmo partilhando a autoria da sua

mensagem, pode exercer sobre a versão final da sua mensagem. Há hiperligações que serão meramente referenciais (indicando a origem do facto, informação, ideia ou documento), e que se o leitor não decidir seguir, não comprometem um sentido racional para o texto. Ou seja, a integridade do discurso do blogger é mantida quase intacta.

Outros posts poderão incorporar hiperligações que promovem mais uma autoria cooperativa, no sentido em que o autor do post continua a ter maior controlo sobre a forma canónica do texto. São permitidos links – que classificamos aqui de acessórios – que possam contribuir para o sentido final da mensagem, mas não comprometendo a interpretação do texto à sua leitura. Finalmente, teremos outras hiperligações que se tornam obrigatórias para que o leitor entenda o ponto de partida do autor e, a partir daí, faça o seu próprio caminho na significação da mensagem proposta. Ou seja, teremos hipertextos que a não opção do leitor pela(s) hiperligação(ões) invalida que ele compreenda o discurso proposto.

9.2. Modelo de análise de hiperligações

Atendendo à lacuna exposta por Park (2003) sobre a necessidade de se investigar e aprofundar o sentido atribuído aos links, o questionamento de bloggers, assim como de classes profissionais que a investigação científica mostra estarem próximos (como jornalistas e políticos), pode permitir explorar a importância das hiperligações no contexto da blogosfera portuguesa. Nesse sentido, as entrevistas semi-estruturadas a diversos actores¹⁰⁰ já referenciadas no capítulo 1 permitiram também aprofundar o sentido atribuído às hiperligações e construir assim um modelo de análise dos links dos blogues políticos portugueses.

Da análise das entrevistas realça-se a importância atribuída unanimemente às hiperligações, encaradas assim como um elemento estrutural básico e essencial da comunicação em contexto de blogosfera. Como afirma a blogger Shyznogud, do Jugular, a hiperligação “é um dos grandes trunfos

¹⁰⁰ Gabriel Silva e João Miranda, do blogue Blasfémias, dois early bloggers; Shyznogud, do Jugular; Pedro Correia, do Delito de Opinião e do Albergue Espanhol, também jornalista do Diário de Notícias; Leonete Botelho, editora de Política do jornal Público, e Jorge Pinto, editor de Política do Jornal de Notícias; Augusto Santos Silva, ex-ministro do PS e deputado da AR, e Carlos Osório, membro do staff de Pedro Passos Coelho na campanha para as eleições legislativas, responsável por acompanhar a blogosfera.

da blogosfera e aquilo que a faz particularmente interessante” (Shyznogud, 2011). É um factor de distinção essencial face a outros discursos públicos, nomeadamente ao dos *media* tradicionais. É também óbvio que a hiperligação serve uma diversidade de intenções e não encontramos uma única significação que lhe possa ser atribuída. Parece ser comum aos entrevistados, ainda antes de avançar para os sentidos atribuídos à hiperligação, que o facto de linkar tem consequências, sobretudo a nível da discussão e do debate: fomenta, intensifica, enriquece a interacção que visa o contraponto de ideias. Por outro lado, a hiperligação, sendo uma das formas de interactividade que a Internet potencia, torna-se interessante para os leitores, sendo assim um factor de atracção. Aliás, na equação da hiperligação, os leitores são igualmente elementos essenciais, a quem os bloggers – como veremos já a seguir – querem dar mais conteúdo do que fornecem os meios de comunicação tradicionais.

A nível do primeiro patamar de análise que propusemos e que designámos de abordagem externa, os entrevistados assinalam, de forma significativa, a atribuição de autoridade que o link proporciona ao blogger. No fundo, é assim que o blogger afirma saber do que fala, numa fundamentação da sua mensagem, da sua posição, da sua avaliação. Por um lado, é ainda uma espécie de oferta dos bloggers a quem os lê, amplificando-lhe as perspectivas de análise. “Essas ligações para outros meios são um meio excelente de reforçar a argumentação, conferindo-lhe maior credibilidade e proporcionando outros níveis de informação aos leitores”, afirma Pedro Correia, blogger do Delito de Opinião e jornalista do DN (Correia, 2011). Como sistema de referenciação, adianta ainda o blogger Gabriel Silva do Blasfémias (Silva, 2011), garante autoridade a quem fala pela demonstração, através de estatísticas, gráficos, jornais estrangeiros, artigos académicos.

Olhando para as conexões entre blogues, a hiperligação responde à ética própria desta comunicação e dá assim sentido a uma certa normatividade, não escrita, mas assumida pelos bloggers: desde o início que se verificou “uma ética de linkar de quem se fala”, explica o blogger João Miranda (Miranda, 2011). Para este autor do Blasfémias, nessa interacção entre blogues, registou-se uma evolução no sentido de “se linkar cada vez mais para o que se gosta” ou “para falar mal” (Miranda, 2011). O colega de blogue Gabriel Silva complementa com outras intenções: “para criticar, para corrigir, para complementar” – e mesmo quando se fala de blogues que não se respeitam (ou por serem mantidos por “profissionais pagos” ou por não usarem uma argumentação racional, mas sim baseada na “defesa da honra pessoal”), a norma é linkar (Silva, 2011).

Como tínhamos já visto anteriormente, os leitores dos blogues são também essenciais para compreender o sentido das hiperligações efectuadas pelos bloggers enquanto formas de conexão social. Assim, a ética de linkar diz respeito não só à interacção entre bloggers, mas ainda à relação que os bloggers mantêm com os seus leitores, a quem devem mais do que as ideias que defendem: “se citamos alguém, temos de linkar e não podemos partir do princípio de que as pessoas viram o que falamos”, explica Gabriel Silva, do Blasfémias (Silva, 2011).

Outra perspectiva de análise que é fornecida pela editora do Público, Leonete Botelho, acentua o carácter “virtual” da discussão blogosférica. Ou seja, olhando de fora para a blogosfera, a jornalista vê as hiperligações como uma forma de os blogues entrarem no “mundo real” – constituído, nomeadamente, pelos *media* tradicionais: “Em termos metafóricos, são amarras à realidade: é um mundo virtual a ligar-se ao mundo real, como se fossem âncoras” (Botelho, 2011). As hiperligações serão assim uma forma de legitimidade dos bloggers, de entrarem e se imporem a outros mundos, mostrando uma existência que é real e relevante, e que não se cinge apenas a discussões online feitas por alguns ‘maluquinhos lá em casa’ – numa tradução livre da expressão “Just guys in pajamas?” usada por Jones e Himelboim (2010) para descrever o enquadramento feito pela cobertura dos jornais norte-americanos aos blogues políticos.

Olhando agora para o nível de análise mais interno, encontramos também algumas referências nas entrevistas efectuadas, embora esta seja uma abordagem menos reflectida. De facto, encontramos essa percepção de algum comprometimento de autoria apenas nos *outsiders* da blogosfera, nomeadamente nos editores de política do Público e do Jornal de Notícias. Sendo os jornalistas autores ainda marcados pelo cânone da unidade e da responsabilidade sobre o que escrevem, não será de estranhar que a percepção da perda de autoria, promovida pela hiperligação, seja aqui mais aguda. Jorge Pinto (2011), do Jornal de Notícias, afirma, por exemplo, que através da hiperligação “já não é só o que o autor do blogue escreve”. Por seu lado, Leonete Botelho, do jornal Público, assinala mesmo que os links provocam a perda da identidade da opinião, através também da circularidade da informação que a estrutura dos hipertextos potencia: “Começamos nos links e, a certa altura, a autoria daquela opinião perdeu-se” (Botelho, 2011).

A avaliação destas entrevistas, à luz das contribuições de investigações académicas sobre este tema, permitiu constituir um modelo de observação das hiperligações, tal como referido no capítulo 1, que

possa ser aplicado à blogosfera política portuguesa. O quadro 9.1. apresenta o modelo de análise a aplicar aos posts dos blogues políticos portugueses seleccionados como sendo o nosso universo de estudo (ver capítulo 8). Sintetizando as contribuições dos nossos entrevistados, o nosso modelo de análise apresenta dois níveis de avaliação: as dimensões externa e interna, correspondendo às abordagens explicitadas na secção 9.1. Para cada dimensão, foram identificadas as unidades de análise, expressas por diferentes tipologias de acção.

Assim, na dimensão externa, podemos ter links que correspondem a um sentido muito focado nos bloggers, a sua autoridade – e essa é expressa através da argumentação e construção de ideias sustentada com outras propostas de leitura, visando dar contexto e riqueza à sua mensagem. O objectivo aqui não é, obviamente, estabelecer interacção com a origem do link – aliás, as hiperligações visam *sítes* que não respondem de volta, como jornais, *sítes* oficiais, documentos, ficheiros multimédia ou mesmo blogues estrangeiros. São links que designamos de “egoístas” porque são auto-centrados: o alvo é, no fundo, o próprio blogger, ou melhor, a sua legitimidade para afirmar o que diz.

Ainda na dimensão externa, encontramos links que visam promover o debate e a discussão: são as hiperligações a outros blogues, que podem responder e linkar de volta, numa deliberação em contínuo. Três intenções distintas podem subjazer a estas hiperligações – que, por serem hetero-centradas, chamamos de “relacionais” – e estas caracterizam o tipo de interacção estabelecido. Por um lado, o blogger pode apenas querer seguir a ética de indicar o outro autor de que fala. Pode ainda querer manter um diálogo racional, aceitando ou não a posição do outro. Assim, as acções possíveis nesta unidade de análise passam por concordar, discordar, completar, corrigir ou contra-argumentar face ao conteúdo do post linkado. Mas a hiperligação pode significar também desprezo por parte do blogger que linka, que não reconhece valor ou ao tipo de argumentação que é utilizado (se não debate ideias, mas sim faz defesas da honra pessoal) ou às pessoas que falam (identificadas com militância partidária propagandística ou com profissionais pagos). Ainda dentro dos links relacionais, encontramos os links que remetem para o próprio blogue – para colegas de escrita ou para outros posts do mesmo autor. Em qualquer dos casos, estamos perante hiperligações que visam a continuação (de uma ideia própria ou de outrem, mesmo que seja para contra-argumentar) e a construção de mensagens numa abordagem que consideramos visar a interacção e a deliberação.

Quadro 9.1. – Modelo de análise das hiperligações efectuadas nos blogues políticos

Relacionamento – Conceito	Dimensão de análise	Explicação das unidades de análise		Tipologia de acção	Origem das hiperligações
Hiperligação (Link)	Externa	Links egoístas – objectivo é sustentar opinião própria e garantir autoridade (auto-centrados) (Linka a quem não pode responder – jornais, <i>sites</i> oficiais, documentos, blogues estrangeiros)		- escrutínio dos <i>media</i> - fundamentação (argumentação, fornecer outros níveis de informação) - Contexto (enquadramento/ posicionamento) - Riqueza	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Media</i> (jornais, rádio, televisão, site noticiosos online) - <i>Sites</i> institucionais - <i>Sites</i> colaborativos - Redes sociais - Outros blogues - Próprio blogue
		Links relacionais – links com outros blogues (Hetero-centrados) (que podem responder e linkar de volta) – promovem o debate	cortesia/ética	- indicação	
			Respeito/diálogo racional	- concordar - completar - discordar	
			Desprezo	- gozar, ridicularizar (contra a militância partidária, profissionais da comunicação, argumentação não racional)	
	Interna	Links significativos – níveis de contribuição para a construção do sentido		- (referência com ausência de link) - Referencial - Acessória - Obrigatória	

A segunda dimensão de análise, que designamos de interna, tem como unidades os links significativos, ou seja, as hiperligações que contribuem, em graus variados, para a construção do sentido do texto dos bloggers. A presença do link torna o post um hipertexto, mas as implicações dos links são variáveis e temos de reconhecer que a sua contribuição para o sentido final pode ser quase insignificante ou então essencial – neste último caso, estaremos realmente perante hipertextos de significado difuso. Assim, podemos ter links meramente referenciais, que visam apenas informar o leitor da origem da informação que citam. Num nível de implicação um pouco maior, temos os links acessórios, que complementam o sentido da mensagem proposta pelo autor, mas que não são essenciais à compreensão do texto proposto. Finalmente, temos os links obrigatórios, ou seja, hiperligações que vinculam o significado da mensagem do blogger.

Uma avaliação das hiperligações, tal como propomos, compreende duas abordagens: um nível qualitativo que permitirá a inclusão de cada link na respectiva unidade de análise, em ambas as dimensões (ou seja, cada link será analisado quer na dimensão interna quer na externa), e um nível quantitativo que permitirá perceber a grandeza de cada unidade de análise. Trata-se aqui de perceber que tipo de links, egoístas ou relacionais, são predominantes e dentro de cada uma dessas unidades, que tipo de acção tem mais expressão. Propomos assim uma descrição quantitativa destas variáveis de análise, que iremos complementar, no que diz especificamente respeito às hiperligações relacionais, com uma análise de redes sociais. Também no que diz respeito à dimensão interna, iremos contabilizar os três tipos de hiperligações existentes para tentar perceber que implicação tem o link na construção do sentido da mensagem.

Outro eixo de análise importante diz respeito à classificação das fontes das hiperligações. Ou seja, importa saber para onde estão a linkar os bloggers. A literatura tem referenciado um peso significativo de hiperligações para *sites* de *media*, normalmente os *media mainstream*. Mas também, como vimos, os links para outros blogues têm sido estudados, de forma a perceber que diálogo se estabelece na blogosfera, nomeadamente em termos do debate ideológico entre facções opostas. Outros estudos (Leccese, 2009; Serra, 2006a) têm referido também a importância de *sites* institucionais (como fontes primárias de informação) e colaborativos (que resultam da construção de conhecimento e informação sem tutela associada, nomeadamente como acontece na Wikipedia ou no You Tube). Finalmente, dada a crescente penetração de outras redes sociais nos hábitos

comunicacionais das sociedades modernas, redes como o Facebook ou o Twitter podem constituir igualmente uma fonte de hiperligação.

Estas quantificações e análises poderão assim dar contribuições importantes para compreender a força da blogosfera na promoção da diversidade. Na primeira dimensão de análise, ao percebermos quais os links que são mais predominantes (egoístas ou relacionais), podemos ter uma imagem da blogosfera política enquanto espaço que promove a deliberação e a conversação, enquanto espaço de construção de ideias e alternativas políticas. A importância dos links relacionais poderá ajudar a ver em que medida a diversidade pode ser promovida pelo confronto de ideias e argumentos, pela construção de posições ideológicas racionais face aos diversos temas que são abordados. É claro que a exploração da tipologia de acção, neste campo, será ainda uma forma de perceber se existe alguma polarização ideológica na blogosfera política, nomeadamente pelas interacções identificadas entre os bloggers.

No que diz respeito aos links egoístas, será também importante perceber onde vão os bloggers buscar a fundamentação da sua autoridade. Se a origem está nos *media*, já detentores de um importante espaço de estruturação do discurso público, então o efeito será apenas o de contribuir para reforçar o poder estabelecido. Se a sustentação é dada por *sites* colaborativos (como o Wikipedia ou You Tube) ou *sites* institucionais, o recurso a estas fontes alternativas poderá fornecer novas perspectivas, visões e abordagens aos assuntos, além de contribuir para amplificar as vozes para a reflexão sobre a actualidade. Também a hiperligação a outras redes sociais, como o Facebook ou Twitter, estará a facilitar a entrada de novas vozes no panorama do debate político.

A análise da dimensão interna poderá dizer-nos até que ponto o sentido da blogosfera é partilhado e cooperativo, ou se se mantém uma tendência predominantemente canónica e linear no discurso. Assim, o objectivo é saber até que ponto estão os bloggers dispostos a abdicar do controlo sobre a sua mensagem e que peso têm as hiperligações na construção dos sentidos das mensagens da blogosfera política. Será ainda igualmente essencial mostrar que tipos de fontes são mais importantes (*media*, outros blogues, *sites* institucionais, etc.), mostrando assim como a diversidade é construída (ou não) também em termos da autoria repartida de textos: se os bloggers partilham preferencialmente a sua autoria com os *media* tradicionais, então voltamos a ter aqui também um reforço do discurso dominante. Se, pelo contrário, a autoria é compartilhada com outros blogues,

teremos uma mensagem política construída em termos relacionais, o que concretiza, até certo ponto, o ideal deliberacional da blogosfera.

9.2.1. O corpo da análise

O modelo de análise das hiperligações tem por objecto o universo da blogosfera política portuguesa mais lida. Assim sendo, os blogues seleccionados são os mesmos 20 cujos autores foram inquiridos no âmbito da primeira fase de investigação desta dissertação (ver capítulo 8). Como referimos no capítulo 6, grande parte dos estudos realizados sobre blogues, e nomeadamente sobre as hiperligações efectuadas, incidiam sobre eventos específicos (tais como períodos eleitorais) e há pouca investigação sobre a actividade diária dos bloggers. Nesse sentido, e tendo em conta que o nosso objectivo é avaliar a contribuição da blogosfera na promoção da diversidade, pareceu mais apropriada a escolha de um período de análise não marcado, à partida, por eventos específicos.

Assim, foram seleccionadas de forma aleatória sistemática quatro semanas de 2011: a partir da primeira semana seleccionada (a primeira semana de Abril) foram escolhidas mais três semanas dos meses seguintes: a segunda semana de Maio, a terceira semana de Junho e quarta semana de Julho, num total de 28 dias de actividade bloguítica. A escolha de semanas sucessivas nos meses (e não sempre a mesma ordem) tem a ver com o facto de se querer evitar eventos de carácter regular (exemplo: os debates quinzenais na AR, a publicação de boletins por parte do INE, etc.), que poderiam influenciar os resultados. Os blogues foram visitados diariamente e os posts foram recolhidos manualmente e arquivados no dia posterior à sua publicação, sendo as hiperligações identificadas nesse momento e confirmadas no momento do registo manual de cada uma. A opção por um tratamento manual (e não automático, apesar de existirem algumas ferramentas disponíveis para o estudo sistemático de hiperligações) pode acarretar alguns riscos de lapso de informação, mas permite o estudo qualitativo que se pretende para este trabalho.

Cada link foi codificado manualmente tendo em conta a acção que lhe deu origem, o seu destino e a contribuição para o sentido do post. Conforme explicado no capítulo 1, apenas consideramos na categoria de blogues espaços que visam a defesa e o debate de ideias promovidos por cidadãos, onde a interacção e o diálogo com outros bloggers pode ser encetado de forma contínua. Neste

sentido, não foram considerados como blogues, na codificação do destino do link, os espaços de movimentos cívicos por serem essencialmente uma monstra de apresentação de ideais ou causas – ou seja, estes espaços visam essencialmente a acção política, não a deliberação, reflexão e confronto de ideias. Por outro lado, os blogues de movimentos cívicos correspondem a uma organização (formal ou não) que tem uma linha de intervenção definida por um conjunto. O nosso objecto de estudo não corresponde apenas a uma forma de edição de conteúdos como é o blogue (e que por ser relativamente fácil, adapta-se a diversas finalidades), mas sim um contexto de produção de opinião, de exercício de cidadania. Assim, o que procuramos pôr no centro da nossa análise é a natureza da interacção social (a discussão e o debate político), não a sua forma – os blogues. Pela mesma razão, não foram considerados na categoria os blogues oficiais de campanha, de instituições (como a Sedes) ou de meios de comunicação tradicionais – como é o caso do Aparelho de Estado do semanário Expresso.

A nossa contagem não incluiu igualmente links para documentos ou arquivos internos dos blogues (que encontramos, por exemplo, nos blogues Causa Nossa e Abrupto), por considerar que essas ligações não visam estabelecer uma conexão, mas apenas apresentar material de uma forma visualmente menos pesada no blogue em causa.

9.3. Tecendo o mundo dos blogues

No período em análise, os 20 blogues estudados registaram um total de 3344 posts. Destes, 63% apresentou hiperligações, o que representa um número considerável, mostrando que estamos de facto a falar de um espaço que promove e vive da interactividade – não afigurando o que, por exemplo, Papacharissi (2010) descreveu como uma esfera privada marcada pelo narcisismo da auto-expressão e exibição. Face a estudos promovidos noutros contextos, a percentagem de posts com links na blogosfera política portuguesa é bastante elevada. Por exemplo, Herring *et al.* (2007), numa análise de conteúdo longitudinal de blogues norte americanos entre a primavera de 2003 e a primavera de 2004, verificaram que entre 61,2% a 75,7% dos posts não tinha links.

Olhando especificamente para o caso português, Serra (2006a) estudou 28 blogues durante uma semana em Agosto de 2006 e encontrou uma média de 3,2 links por blogue/dia. A média

encontrada no nosso estudo, que olha apenas para a blogosfera política, é de sete hiperligações por blogue/dia. Assim, a blogosfera política portuguesa mostra-se bastante activa no que diz respeito às hiperligações, concretizando, desta forma, uma das características – a interactividade – mais significativas desta plataforma.

A acrescentar a esta elevada taxa de interactividade, temos a circunstância de o universo das referências dos blogues a outros blogues, *media* ou *sites* de instituições não se esgotar no link. Os posts incorporam ocasionalmente referências não linkadas, citando, por exemplo, o título de uma publicação ou meio de comunicação social, o *nickname* de algum blogue (o exemplo mais frequente é falar nos “Abrantes” para se referir ao blogue Câmara Corporativa) ou mostrando as capas de jornais, PDF de artigos ou imagens de outras redes sociais.

A predominância de hiperligações nas quatro semanas analisadas não assume sempre o mesmo valor, mas mantém uma ordem de grandeza semelhante, como se pode ver no quadro 9.2. Registam-se algumas flutuações semanais, mas estaremos sempre a ter uma prática maioritária e que pode chegar mesmo a atingir dois terços dos posts publicados – como aconteceu na segunda semana do nosso período de análise.

Quadro 9.2. – Resumo do número de posts e links, por semana

	1 ^a semana	2 ^a semana	3 ^a semana	4 ^a semana	Total
Posts	1125	898	753	568	3344
Posts com links	60,8%	67,5%	64,4%	58,3%	63%
Total de links	1165	1188	969	615	3937

O que a análise deste quadro revela ainda é uma blogosfera muito marcada pelos ciclos da vida política portuguesa formal. A primeira semana analisada é a que revela maior actividade em termos de publicação de posts corresponde à altura em que foi anunciada a ajuda financeira externa a Portugal por parte do Fundo Europeu de Estabilização Financeira e do Fundo Monetário Internacional. Na sequência deste acontecimento, a participação dos bloggers neste espaço público aumentou significativamente. Ainda nessa semana e também a suscitar grande interesse aos bloggers, o congresso do Partido Socialista motivou também uma produção significativa de posts. Neste sentido, os pretextos externos e vindos da política formal (iniciativa do Governo e de um partido político) desencadearam uma resposta forte por parte dos bloggers, que se assumiram assim reactivos aos acontecimentos.

A segunda semana analisada, e a que tem maior número de hiperligações – ainda que ligeiramente menos posts que a anterior –, corresponde a uma semana de campanha eleitoral em Portugal: a percentagem de posts com links aumentou mostrando bloggers interessados em se ligarem aos acontecimentos, enfatizando o que os *media* ou outros *sites* mostravam ou debatendo com outros bloggers. Numa semana mais “quente” da vida política partidária, a interactividade aumentou significativamente. Pelo contrário, o valor mais baixo foi atingido no período relativamente “morno” que corresponde à altura das férias de Verão.

A terceira semana analisada, que assinala ainda um decréscimo do número de posts e de hiperligações, surge numa altura em que a vida política portuguesa formal estava num período que poderíamos classificar de *stand-by*. Havia já um partido vencedor das eleições legislativas, mas ainda a formar governo, enquanto que o maior partido da oposição estava sem líder – aguardando eleições internas. Finalmente, como foi já referido, a quarta semana analisada evidencia de forma clara a sazonalidade da vida política: corresponde à última semana de Julho, em período já de férias, e com consequente diminuição dos posts – que são quase metade da primeira semana analisada.

Podemos ainda ver de que forma se distribuem os links de acordo com as fontes identificadas no modelo de análise. O quadro 9.3. mostra a partilha percentual das hiperligações também ao longo das semanas analisadas.

Quadro 9.3. – Distribuição dos links por categorias nas quatro semanas analisadas

	1 ^a semana	2 ^a semana	3 ^a semana	4 ^a semana	Total
Media	50,7%	40,32%	39,00%	38,40%	43,00%
<i>Media estrangeiros (do total de media)</i>	11,7%	17,95%	19,9%	27,1%	17,5%
Blogues	25,5%	37,13%	36%	31,20%	32,50%
<i>Outros blogues (do total de blogues)</i>	61,3%	52,83%	67%	58,85%	59,60%
Sites oficiais e institucionais	10,25%	11,55%	13,45%	14,50%	12,00%
Sites colaborativos	12,15%	9,55%	9,45%	15,10%	11,00%
Outras redes sociais	1,40%	1,45%	2,1%	0,80%	1,50%

Esta distribuição evidencia o papel central que os *media* têm como destino das hiperligações dos bloggers políticos portugueses. Esta situação é consonante com outros estudos (ver, por exemplo, Etling *et al.*, 2010, ou Leccese, 2009) que têm sido realizados neste domínio e que têm evidenciado o predomínio dos links para *mainstream media*. O peso das hiperligações aos meios de comunicação tradicionais é particularmente importante na primeira semana de análise, altura em que, como foi já referido, o primeiro-ministro anunciou o pedido de ajuda financeira externa. Os bloggers linkaram de forma intensa para os *media* para justificarem a sua posição face a este acontecimento e debaterem as suas consequências. Da mesma forma, foi acompanhado à distância do clique para os *media* o congresso do Partido Socialista no fim dessa semana.

Para além disto, o peso dos meios de comunicação não se esgota nesta categoria. Grande parte das imagens televisivas que são linkadas pelos bloggers não parte dos *sites* originais das estações respectivas, mas é sim reproduzida via You Tube – um *site* colaborativo que assume grande predomínio nesta categoria. Por exemplo, as imagens captadas pela TVI do primeiro-ministro português, minutos antes de anunciar ao país o pedido de ajuda externa, preocupado com a sua imagem, foram linkadas pelos bloggers portugueses sobretudo a partir do You Tube. E esta é uma das razões pelas quais os *sites* colaborativos registaram nessa semana uma percentagem significativa de links.

O peso maior que assumem depois os *sites* colaborativos na quarta semana em análise, que corresponde à última semana de Julho, é facilmente explicável pelo aumento de links para vídeos (sobretudo de música, ainda que também de alguns filmes) através do You Tube, talvez numa tentativa de animar a blogosfera, compensando uma actividade política mais baixa por efeito da sazonalidade de período de férias. Os *sites* You Tube e Wikipedia assumem grande parte dos links para *sites* colaborativos e encontram-se, muito ocasionalmente, ligações para outros *sites* de vídeo, como o portal Sapo ou Vimeo.

Os vídeos são, na grande maioria dos casos, produzidos em contexto profissional: peças televisivas, vídeos de músicas ou excertos de filmes. Não encontramos grande recurso a vídeos amadores (com duas excepções assinaláveis a nível de dois vídeos realizados no âmbito da campanha eleitoral de Pedro Passos Coelho, que não registaram, contudo, grande disseminação na blogosfera), nem encontramos igualmente imagens de debates ou conferências que não tenham passado pelo crivo profissional dos *media*.

A percentagem mais baixa de ligações a *media* estrangeiros acontece na primeira semana, altura em que o país se virava para o interior e para as consequências do pedido de ajuda externa. O aumento na segunda semana tem a ver, sobretudo no final desse período, com as notícias da detenção do presidente do FMI, Dominique Strauss-Kahn, por alegado ataque sexual. A preponderância que assumem na quarta semana tem a ver com as reacções ao ataque a edifícios governamentais em Oslo e homicídio em massa de jovens noruegueses num acampamento promovido por um partido político, perpetrados por um extremista nacionalista.

É assim evidente que quando um acontecimento extra-fronteiras capta as atenções dos bloggers políticos, ele procuram linkar à imprensa internacional, diversificando as fontes de informação que consultam. Dos meios de comunicação linkados, encontramos, por exemplo, meios libaneses, israelitas, alemães, franceses, norte-americanos, ingleses, espanhóis e australianos. O Financial Times e o Wall Street Journal estão entre os mais linkados. Os meios citados são sobretudo jornais, mas encontramos também alguns programas televisivos, sobretudo dos Estados Unidos. Curiosamente, os países lusófonos recolhem pouca atenção dos bloggers políticos portugueses – Brasil ou países africanos de expressão portuguesa estão longe da mira dos bloggers portugueses que parecem assim assumir preferencialmente uma vocação mais “europeísta” ou “primeiro mundo” do que lusófona.

Encontramos ainda evidências que apontam para uma maior ligação a outros blogues na blogosfera política: o estudo de Serra (2006a) encontrou um total de 21% de hiperligações para blogues, quando este trabalho mostra que quase um terço dos links tem blogues (próprio ou outros) como destino. Há uma significativa percentagem de ligações que remete para o próprio blogue (que podem ser para o próprio autor ou para outros autores do blogue), mas a maior parte tem como destino outros pontos da blogosfera. É igualmente de assinalar o peso que os links para outros blogues assumiram na terceira semana de análise: dois terços das ligações totais para blogues. Um facto que se poderá justificar pela “suspensão” da vida política formal: como dissemos já anteriormente, o governo recém-eleito estava em fase de formação e o principal partido de oposição estava sem líder. Assim sendo, poucos assuntos da vida política portuguesa poderiam ser comentados pelos bloggers: não havia ainda medidas a serem anunciadas nem actividade governativa digna de registo. Nesse momento, os bloggers “viraram-se” uns para os outros, encetando um maior diálogo e debate.

No que diz respeito aos *sítes* de índole institucional ou oficial, encontramos algumas ligações a partidos políticos, com particular relevo do Bloco de Esquerda, e a documentos oficiais (publicados pelo Diário da República ou em *sítes* governamentais). Os blogues do espectro mais à Esquerda, como o 5 Dias, apresentam também muitas ligações a movimentos cívicos. O que quase não existe são ligações a universidades ou centros de investigação. As ligações via outras redes sociais, como o Twitter ou o Facebook, não são igualmente muito frequentes e, por regra, constituem hiperligações a eventos com página no Facebook. A actividade de políticos portugueses por essa via não parece assim recolher grande interesse por parte dos bloggers – exceptuando, na primeira semana, a página

do Facebook de Fernando Nobre, quando foi anunciada a sua inclusão nas listas do PSD para as eleições legislativas.

9.3.1. Os blogues entre o palco e a rede

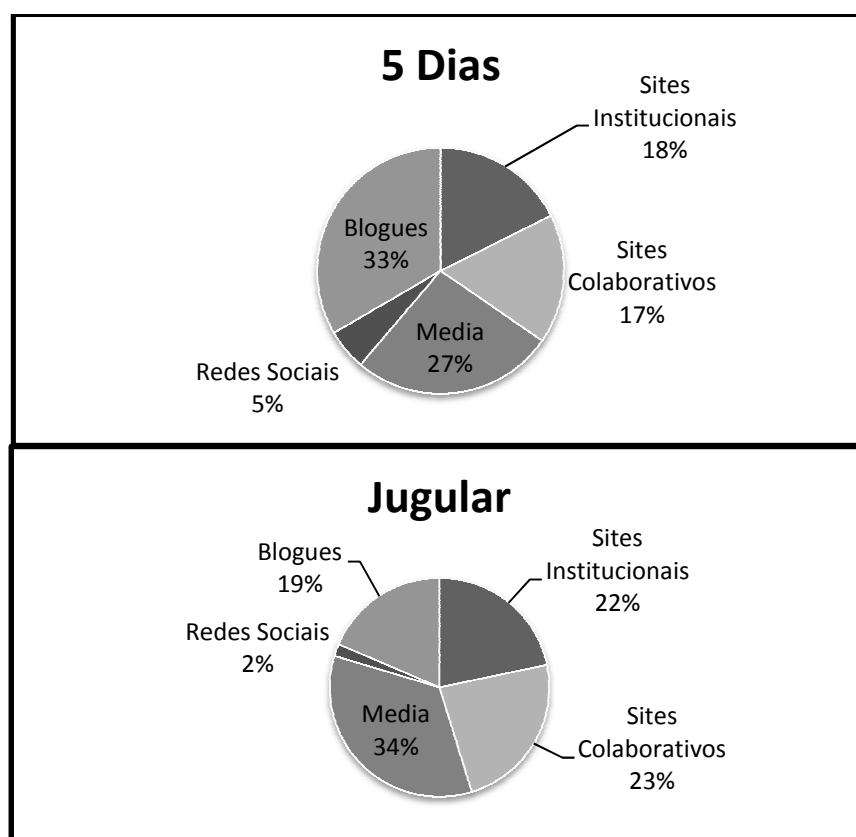
As percentagens globais mostradas no quadro 9.3. não devem deixar transparecer uma imagem unificada do comportamento dos blogues políticos portugueses. De facto, encontram-se grandes disparidades nos perfis de hiperligações dos blogues, com projectos sem (ou quase inexistentes) relações na blogosfera e outros com uma postura activa de interacção.

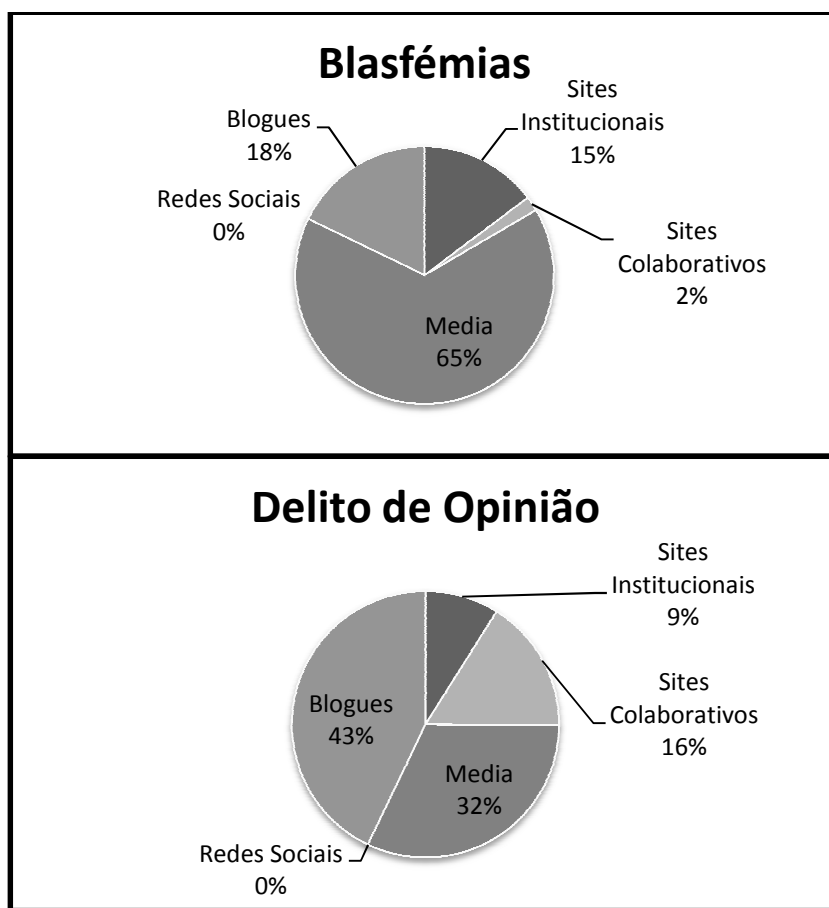
Num dos extremos, podemos encontrar, por exemplo, blogues como o Abrupto, Causa Nossa ou Quarta República, com uma actividade de linkagem muito reduzida. No que diz respeito ao Abrupto, do político José Pacheco Pereira, as hiperligações externas são mesmo inexistentes – os únicos links identificados são para um arquivo interno do próprio autor (e que, por isso, não foram contabilizadas neste estudo). O Causa Nossa tem 18 hiperligações no período em análise e o Quarta República 25. Os poucos links encontrados ignoram ainda significativamente os outros blogues (apenas uma hiperligação a outro blogue), tendo preferencialmente como origem os *media* ou *sites* institucionais. Curiosamente, estes são os blogues onde encontramos autores mais ligados à política formal e institucional. O Causa Nossa é escrito maioritariamente por Ana Gomes e Vital Moreira, dois membros do Partido Socialista e eurodeputados. A Quarta República tem nomes como Suzana Toscano, Tavares Moreira, Pinho Cardão e Massano Cardoso – ligados a governos, instituições oficiais ou à assembleia da república. Ou seja, nestes blogues com poucas hiperligações encontramos o discurso político linear, tradicional dos centros políticos formais, como se o blogue de um palco se tratasse e não de uma plataforma de interacção.

No outro extremo, podemos encontrar blogues com grande actividade no período em análise, como o Avenir com 416 hiperligações, o Cachimbo com 364 ou o Insurgente com 720. São, obviamente, blogues com uma lista extensa de autores, mas onde o dinamismo é marcado por uma média de percentagens muito significativas de posts com links: 88,7% no caso do Insurgente, 75,5% no Cachimbo de Magritte e 66,7% no Avenir.

A distribuição das hiperligações pelas categorias analisadas difere igualmente muito entre os 20 blogues, com os *media* a assumir um papel mais preponderante em alguns casos que noutros. Há *sites* que desenvolvem uma grande actividade de ligação a outros blogues, como é o caso do Delito de Opinião. Outros atribuirão mais importância a *sites* institucionais e colaborativos, como é o caso do Jugular. Em outros, como o Blasfémias, o predomínio vai claramente para os *media*. A título de exemplo, apresentamos a distribuição das categorias de quatro blogues onde são patentes as diferenças em termos das percentagens de cada uma: 5 Dias (335 links), Jugular (221 links), Blasfémias (163 links) e Delito de Opinião (303 links).

Gráfico 9.1. – Distribuição de links do Delito de Opinião, Blasfémias, 5 Dias e Jugular





9.3.2. A concentração dos links nos *media*

A ligação aos *media* que, como vimos, é bastante expressiva no conjunto dos blogues, apresenta, no entanto, um certo grau de variabilidade interna. Podemos encontrar também um número importante de diferentes meios portugueses citados pelos blogues: 31 na primeira semana, 34 na segunda, 29 na terceira e 25 na última semana. Ao todo, no período em análise, foram linkados 47 diferentes meios de comunicação social portugueses.

Contudo, esta dispersão não significa uma grande difusão dos links realizados aos *media*. Pelo contrário, mais de 60% das hiperligações em todas as semanas remete para os mesmos seis meios de comunicação e esse valor sobe mesmo para dois terços dos links nas duas últimas semanas. Ou seja, encontramos uma forte concentração dos links em poucos meios, que são *mainstream* em Portugal.

Quadro 9.4. – Número de links para meios de comunicação social mais linkados

	1 ^a semana	2 ^a semana	3 ^a semana	4 ^a semana
Público	126	106	83	43
DN	22	28	30	18
i	41	52	46	21
Jornal de Negócios	65	31	18	14
Económico	42	24	19	14
Expresso	37	9	8	8
Total	333	250	204	118
% de links no total dos links para <i>media</i> nacionais	63,80%	63,60%	67,80%	68,60%

Este conjunto, apesar de manter uma percentagem semelhante no que diz respeito ao total dos *media* nacionais, encerra meios com uma importância variável ao longo das quatro semanas. Esta situação diz sobretudo respeito aos jornais económicos e ao semanário Expresso, já que os jornais diários (Público, DN e i) mantêm um comportamento semelhante no período em análise. De novo, estas variações explicam-se por eventos de natureza político-formal: as publicações de cariz económico (Económico e Jornal de Negócios) foram amplamente convocadas pelos bloggers na primeira semana por causa do pedido de resgate financeiro a instituições internacionais (sobretudo o Jornal de Negócios a quem o então ministro das Finanças confirmou em primeira mão a notícia); ainda nessa semana, o Expresso publicou também uma carta de 120 figuras públicas chamada de “Compromisso Nacional” a propósito da situação financeira de Portugal – que foi igualmente muito comentada pelos bloggers.

Este quadro revela ainda a presença central da imprensa na blogosfera política portuguesa, e em particular do Público – que é sempre o jornal mais citado e responsável por cerca de um quarto de todas as hiperligações a *media* nacionais no período em análise. O jornal i é igualmente um destino preferencial dos bloggers portugueses, ainda que seja uma publicação recente e com valores baixos

de compra em banca. De uma maneira geral, os bloggers políticos parecem preferir os diários ditos de referência em Portugal: Público, DN e i. Os outros dois jornais nacionais de cariz mais popular, o JN e o Correio da Manhã, são linkados de forma muito menos frequente: representam 2,5% e 2,6%, respectivamente, do total de hiperligações para *media* nacionais.

Quanto às rádios e televisões nacionais, o seu peso é igualmente reduzido na contabilidade geral das hiperligações. As estações de rádio nacionais (TSF, RR e Antena 1) apresentam no seu conjunto proporções de links que variam entre 3,9% e 7% do total de hiperligações para meios de comunicação portugueses – valores que incluem ainda a Rádio Europa e a Rádio Universitária de Coimbra, mas onde o conteúdo linkado diz respeito exclusivamente a participações dos próprios bloggers (o que acontece também mais ocasionalmente com a Antena 1 e a RR). Significativo é ainda o facto de a maior parte dos links dirigir os leitores para peças escritas nos *sites* das rádio (quase como se de um jornal escrito se tratasse), onde se pode incluir um *streaming online* cuja audição não é, contudo, essencial para perceber o sentido da notícia. Apesar do investimento das rádios na digitalização, e nomeadamente na disponibilidade de programas em formato podcast, a prática de fazer hiperligações que tirem proveito dessas novas características das rádios é ainda rara. O que parece jogar a favor deste meio na contabilidade de hiperligações é o facto de convidarem bloggers para debates ou fazer crónicas – porque essas participações acabam por ser linkadas.

As televisões nacionais não têm igualmente um peso significativo no total de links para *media* nacionais: RTP, TVI e SIC recolheram em conjunto 5,35% de hiperligações na primeira semana, 11% na segunda, 6% na terceira e 7% na quarta. O valor mais alto registado na segunda semana deve-se sobretudo à TVI e uma reportagem sobre as chamadas SCUT (e os prejuízos daí decorrentes para o Estado devido a alegados contratos ruinosos), que foi amplamente comentada, linkada e divulgada pelos bloggers políticos portugueses. Por outro lado, como foi já referido, grande parte das reportagens ou momentos televisivos de canais nacionais que são alvo de hiperligações passam sobretudo pelo You Tube (talvez por uma maior facilidade desta tecnologia na disponibilização), perdendo as televisões o tráfego decorrente dessas ligações a favor do *site* de partilha de vídeos.

O que está notavelmente ausente do universo da blogosfera portuguesa política mais lida são os *media* regionais: alguma imprensa local (8 diferentes títulos) é muito ocasionalmente linkada, mas as rádios (excepto a já mencionada Rádio Universitária de Coimbra) e televisões (nomeadamente as que são exclusivas na Internet) não aparecem. A concentração é quase exclusiva nos *media* nacionais e

sobretudo, como vimos já, em meios *mainstream* – os que no mundo offline correspondem também aos meios mais lidos, ouvidos ou vistos. Projectos mais alternativos ou exclusivamente digitais (como o Diário Digital ou o Mais Futebol) são residuais neste mundo de blogues.

9.4. Dimensão externa das hiperligações: a autoridade na linha da frente

O facto de mais de dois terços das hiperligações visar os *media*, *sites* de índole colaborativa ou institucional, deixa perceber uma prática bloguista muito centrada na afirmação da autoridade de quem escreve. Ou seja, verificamos uma clara predominância dos links que designamos egoístas, mostrando que a principal preocupação do blogger que estabelece hiperligações é afirmar-se enquanto voz autorizada e competente para falar sobre a matéria em causa, suportada por elementos externos que validam a informação dada.

A proporção de links relacionais é de cerca de um terço. Uma parte significativa remete para o próprio blogue, mas isso não significa necessariamente, no caso dos blogues colectivos, remeter para si próprio. Assim, as hiperligações dentro do próprio blogue podem visar acentuar um diálogo interno ou uma posição construída no tempo pelo próprio blogger – que pode completar informações ou opiniões já emitidas ou lembrar, a propósito de um qualquer desenvolvimento, a sua contribuição na matéria. No entanto, a maior parte das hiperligações para blogues é para fora do espaço interno do blogger: cerca de 60% dos links para blogues visa outros projectos, numa relação de diálogo, de aceitação de outras opiniões ou de contestação, e mesmo de alguma antipatia.

9.4.1. Ego links

A credibilidade parece ser um factor-chave para os bloggers políticos portugueses. Ao escrever, a autoridade de quem se apresenta fica assim vincada pelas hiperligações efectuadas sobretudo, como vimos já, aos *media*. No período em estudo, ao analisar as acções subjacentes às hiperligações egoístas dos bloggers, verifica-se uma predominância dos links que visam dar contexto à mensagem (48,9%) e fundamentar (40,6%) a posição do blogger.

A utilização do link para contextualizar a posição assumida ou a ideia defendida é a prática mais comum entre os bloggers: assim, o objectivo do link é dar o pretexto para o assunto de que fala o blogger. A introdução da hiperligação é feita a propósito do que escreve o autor ou dá o mote para o discurso. Nestas circunstâncias, a hiperligação, por norma, é facilmente visível no texto do blogger e identificável como algo externo à sua mensagem. Diferentemente, quando o blogger usa o link para fundamentar o que diz, a hiperligação aparece habitualmente embrulhada no texto de uma forma nem sempre facilmente perceptível à primeira vista, já que ela não é introduzida ou apresentada como acontece nos casos de contextualização. Dependendo das diferentes configurações dos serviços, a hiperligação pode ser apenas perceptível por uma cor ligeiramente diferente ou por um sublinhado.

Quando estabelece uma hiperligação com vista a argumentar e fundamentar a sua posição, o blogger incorpora na sua mensagem a informação que quer linkar. Isso significa que a informação é tecida pelo blogger nas suas posições, que a assume assim como boa, verídica, confiável. Ao leitor, a ideia, o facto, aparece como sendo a do blogger, que oferece um submundo apenas a quem decide ir mais longe para complementar a sua perspectiva sobre o assunto. Esta postura que assume a informação ou a ideia de outrem como sua distingue-se, por exemplo, da prática jornalística, onde a referenciação e a atribuição facilmente identificável de ideias e falas é a regra. Outro factor essencial na análise da fundamentação – como acção que justifica a hiperligação – diz respeito ao destino do link e, neste caso, o alvo preferencial são os *media*: em mais de 86% das situações, o discurso que o blogger incorpora como se fosse seu é o jornalístico.

Assim, não há distanciamento entre bloggers e *media* e sim uma estreita imbricação do discurso, em que parte da mensagem do blogger é tecida por fragmentos de notícias. De facto, é a actualidade noticiosa que mais se exerce nos posts através das hiperligações, havendo um recurso quase residual a artigos de opinião publicados. A excepção vai obviamente para os artigos de opinião dos próprios bloggers, que são linkados com grande regularidade. Esta análise da blogosfera política portuguesa vai de encontro ao que Reese *et al.* (2007: 257) encontraram num estudo que visou os *sites* noticiosos: “A blogosfera incorpora as vozes jornalísticas profissionais como uma parte complementar da rede, não sendo a fonte de crítica sem alento ao enviesamento mediático que se poderia pensar por alguns momentos de maior perfil anti-*media*”; na maior parte das vezes, os bloggers simplesmente incorporam factos e informações das notícias, “usando-os para formar os

seus próprios argumentos, reforçar visões e desafiar opositores”. Desta forma, os blogues constituem um mercado secundário para as notícias e informações veiculadas nos *media*, abrindo possivelmente novos caminhos de leitura.

Nesta perspectiva, as mensagens veiculadas pelos blogues não constituem uma grande diferença de temas face aos *media*, já que uma percentagem muito significativa assenta em informações por eles veiculadas. As variações dentro do período em análise são pouco significativas, mas é interessante verificar que a importância da acção de fundamentação na base do link é particularmente importante na terceira e quarta semanas, numa altura em que a actividade política formal estava, como dissemos já, de certo modo suspensa.

Menos usada é a prática de linkar com vista a introduzir um factor de riqueza no discurso (9,9%). Ou seja, os bloggers não recorrem frequentemente ao link para dar algo de novo aos leitores, algo que não esteja enquadrado ou que enquadre o seu comentário ou, em alternativa, que seja usado para fundamentar a sua posição. Curiosamente, quando introduzem um link como um acrescento ao seu discurso, recorrem frequentemente a imagens. De facto, grande parte da riqueza do discurso vem de *sites* colaborativos, muito em particular do You Tube, através de vídeos de música ou cenas de filmes. É quase como se as imagens não precisassem de nada mais e falassem por si só. Ao longo do período em análise, aumentou a proporção dos *sites* colaborativos para explicar a acção “riqueza”: de 47% na primeira semana para 73,8% na última. Este último valor explica-se sobretudo pelo facto de, como dissemos, se situar em período de férias e, na ausência de outros pretextos para postar, os bloggers recorreram com muita frequência a vídeos de música do You Tube. A segunda grande parcela que explica hiperligações como uma riqueza é constituída pelos *media*, que oscilam entre os 38,5% (na segunda semana em análise) e 16,7% (na quarta semana em análise).

Assim, também quando se tratar de oferecer algo de novo à blogosfera, algo com valor próprio (que não dependa da interpretação do blogger), a fonte continua a ser, de uma forma muito particular, os *media* e vídeos do You Tube que, como já dissemos, são maioritariamente profissionais e produzidos por organizações (mediáticas, discográficas ou cinematográficas). A introdução de documentos oficiais, estudos ou investigações académicas é uma estratégia muito pouco frequente entre os bloggers políticos portugueses.

E ainda menos frequentes são as hiperligações aos *media* com vista a exercer uma função de escrutínio e postura crítica. Apenas 0,6% do total de links contabilizados no nosso período de análise questionava algum aspecto da cobertura mediática – ainda que o escrutínio esteja também presente apenas com citações e referências mais genéricas. Assim, não só os bloggers não se assumem como instância de verificação dos *media* de uma forma sistemática, como sistematicamente incorporam os diversos discursos jornalísticos (sobretudo os da imprensa) nos seus posts.

9.4.2. Links relacionais

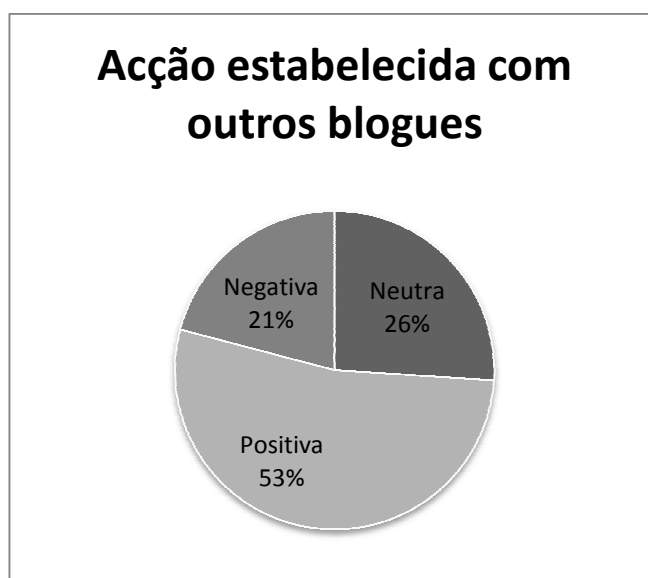
A conversação e o diálogo entre blogues não é a actividade mais importante para os bloggers políticos, mas representa uma parcela significativa das interacções estabelecidas no universo em estudo. Assim, os blogues analisados foram alvo de links pelos outros (excepto no caso no blogue Baixa do Porto que não foi destino de nenhuma hiperligação vinda deste universo em estudo), e linkaram também para um número muito grande de outros blogues: 195 diferentes blogues, entre os quais 18 estrangeiros, foram visados pelas hiperligações da blogosfera política portuguesa em análise. Parece assim que os blogues políticos mais lidos são uma espécie de porta de entrada para um mundo muito mais vasto da blogosfera, espraçando a leitura por outros pontos de interesse menos procurados e lidos – funcionando, em certa medida, como *gatekeepers* ao contrário e canalizando a atenção dos leitores para outros focos de opinião que consideram relevantes.

Por outro lado, o conjunto dos 20 blogues analisados constitui um núcleo de considerável proeminência na blogosfera. Do total das interacções estabelecidas com blogues, perto de 40% diz respeito especificamente ao conjunto em análise – com 60% das restantes ligações estabelecidas para quase 200 outros blogues. Dentro de este conjunto, outros projectos revelaram-se também importantes fontes de hiperligação. São de assinalar, sobretudo, a Câmara Corporativa, alvo, na grande maioria dos casos, de interacções de pendor negativo. O blogue era tido entre bloggers como sendo um espaço anónimo de propaganda a favor do primeiro-ministro José Sócrates, mantido por profissionais, e, por isso, desrespeitado nesta esfera. Para além das hiperligações, muitas referências sem links aos “Abrantes” (pelo facto de o autor do blogue se intitular Miguel Abrantes) surgiram nos blogues analisados. Outros projectos muito linkados são a Educação do Meu Umbigo (relacionado com questões educacionais) e o Margens de Erro (que versa sobre sondagens políticas e, por isso,

muito referenciado nas primeiras duas semanas de análise, quando se perspectivava um período eleitoral).

Algumas das limitações apontadas à blogosfera, como vimos no capítulo 6, dizem respeito ao facto de as interações entre bloggers estarem, muitas vezes, imbuídas de sentimentos negativos, como gozo ou desprezo, visando o insulto e não uma deliberação de ideias ou o debate de soluções para o governo das sociedades. Assim, faz sentido averiguar a natureza das interações entre os bloggers, especificamente entre os autores dos 20 blogues que fazem parte do nosso universo, de forma a caracterizar o relacionamento estabelecido. E, de facto, os nossos dados não suportam a ideia de uma interacção maioritariamente negativa (ver gráfico 9.2.).

Gráfico 9.2. – Proporção de hiperligações de acordo com o tipo de acção subjacente



A prática mais comum é mesmo a de estabelecer hiperligações com outros blogues para concordar, discordar, debater, referenciar – o que classificamos de interacção positiva. Assim, em 53% dos links entre os 20 blogues analisados, os bloggers têm uma acção que visa deliberar na base da argumentação e do respeito no relacionamento. Para além deste valor, mais 26% dos links entre blogues visa uma indicação que podemos classificar de neutra, no sentido em que os bloggers não mostram especificamente concordar ou discordar – esta prática corresponderá à ética de linkar,

quando se referencia outrem na blogosfera, mas sem deliberadamente indicar um sentido de aprovação ou desacordo, face ao que é dito, apenas dando uma indicação de leitura. Assim, apenas 21% das interacções tem um pendor que classificamos de negativo, no sentido em que visam provocar, gozar ou mostrar desprezo face aos outros blogues.

O blogue com maior proporção de links provenientes do nosso universo em estudo é o Blasfémias, com 18,5% do total de hiperligações que visam os 20 blogues estudados, seguido do Cachimbo de Magritte (12,3%) e do 5 Dias (9,25%) – sendo que, neste último caso, a maior parte dos links tem o que classificamos de pendor negativo. Como vimos, existe de facto um núcleo importante de hiperligações entre os blogues que constituem o nosso universo e, nesse sentido, será pertinente avaliar a constituição desse universo em rede, o que faremos na secção seguinte.

9.4.3. A blogosfera política em rede

As hiperligações mútuas entre blogues podem ser entendidas como uma forma de indicar relacionamentos (Chin e Chignell, 2007) e determinar conversações em rede. A constituição da blogosfera política portuguesa em rede pode ser observada a partir das técnicas de análise de redes sociais, usando *softwares* como o Ucinet (Borgatti *et al.*, 2002) que permitem a visualização das redes sociais, assim como a medição das suas propriedades. As redes sociais são constituídas por pessoas (ou organizações e objectos) conectadas através de trocas e relacionamentos sociais. A análise de redes sociais tem sido amplamente usada como uma técnica que mapeia e analisa esses relacionamentos (que também podem verificar-se entre organizações ou objectos) em várias áreas científicas, nomeadamente no universo dos blogues, ou entre blogues e outros *sites*, como os noticiosos (ver, por exemplo, Adamic e Glance, 2005; Ackland, 2005; Park e Thelwall, 2008; Etling *et al.*, 2010).

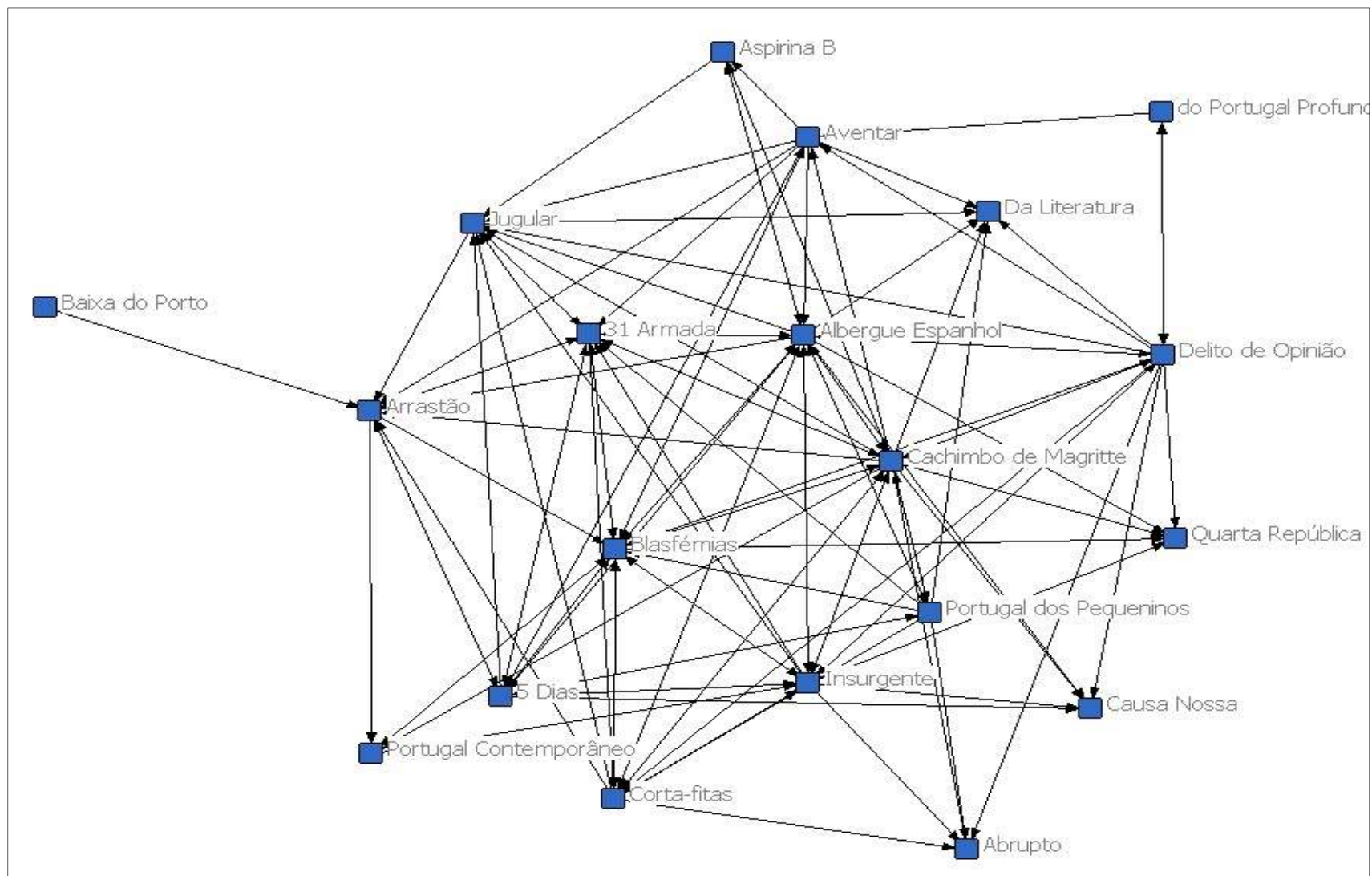
A análise de redes sociais visa perceber padrões e implicações das relações entre entidades sociais, permitindo responder a questões de ordem política, económica ou social. Nesta metodologia, a unidade de análise são as relações entre actores (que podem ser pessoas, organizações, países, blogues, etc.), entendidos de uma forma interdependente, que interagem através de ligações, permitindo a transferência de recursos (Wasserman e Faust, 1994). As medidas de redes sociais

podem caracterizar graus de influência, proeminência ou importância (relacional) de alguns elementos.

A escolha da população estudada pela análise de redes sociais pode seguir, de acordo com Wasserman e Faust (1994: 31-32) uma abordagem realista (que designa a população a partir do que os próprios actores consideram como pertencentes ao conjunto) ou uma abordagem nominalista que resulta dos interesses da investigação. Neste caso, optamos pela abordagem nominalista seguindo como critério de inclusão o mesmo usado nas etapas anteriores deste trabalho: os blogues políticos mais lidos no conjunto dos 200 blogues com mais *page views*. Assim sendo, submetemos a uma análise as relações estabelecidas entre os 20 blogues políticos mais lidos, através da construção de uma matriz de adjacências – um quadro de entrada dupla que identifica quem linka a quem. O pressuposto de relações entre blogues é o de que a hiperligação significa o reconhecimento do outro como um parceiro no diálogo – a base da relação, como vimos na secção 9.2., pode ser a da indicação de cortesia, a deliberação racional (concordando, discordando ou completando) ou ainda a manifestação de desprezo ou gozo.

A rede considerada neste trabalho é de modo único, porque consideramos apenas um conjunto de actores e as interacções que estabelecem entre si. A recolha de dados resultou das observações dos links dos blogues no período em análise acima mencionado (quatro semanas durante 2011). Com os dados, foi construída uma matriz não simétrica (porque os links não são recíprocos) da relação dicotómica entre cada par de blogues, em que 1 identificava a existência de uma ligação entre eles e 0 a inexistência de conexão, utilizando o *software* Ucinet (Borgatti *et al.*, 2002). A partir da matriz construída, foi extraído um grafo, que podemos ver na imagem 9.1., onde estão expressas graficamente as relações orientadas entre os blogues. A orientação da seta indica o sentido da ligação que pode ser simétrica (no caso de blogues que se linkam mutuamente) ou não-simétrica quando os blogues são apenas alvos de hiperligações ou origem de links. Ainda que não seja aqui utilizada para dar conta da intensidade das ligações (se linkam mais que uma vez para o mesmo blogue), esta metodologia permite-nos analisar a estrutura da rede.

Figura 9.1. – Grafo com a representação de todas as relações estabelecidas entre blogs



A observação desta imagem dá conta de imediato do lugar central ocupado por blogues mais conectados com a ala direita e liberal do espectro ideológico: o Cachimbo de Magritte, o Albergue Espanhol, o Blasfémias e o 31 da Armada. Por outro lado, graficamente, é também possível perceber que estamos perante uma teia densa de relações, exceptuando no que diz respeito ao blogue que ocupa um lugar claramente marginal na rede, o Baixa do Porto.

A análise de redes sociais é traduzida na extracção de medidas que permitem perceber a estrutura das relações entre os nossos actores. Temos dois ângulos de análise possíveis: toda a rede, procurando a sua caracterização, ou a posição relacional dos actores. No primeiro caso, usamos medidas de coesão e, no segundo caso, medidas de centralidade e prestígio. Para esta rede de todas as interacções estabelecidas entre os blogues no nosso período em análise, as medidas que analisamos a seguir estão no anexo D.

A coesão da rede é traçada a partir de medidas como densidade, análise de componentes ou das distâncias geodésicas. Quanto mais coesa for uma rede, maior a troca de recursos e fluxo de informação entre os actores, assim como maior será a proximidade entre eles. A densidade da rede tem como valor máximo 1, que é atingido quando cada actor está ligado a todos os outros. A densidade da rede dos blogues políticos mais lidos é de 0,300, o que já indicia um nível de coesão considerável. Portanto, este grupo de blogues analisados constitui uma comunidade significativa, em que todos os elementos estão conectados. A análise de componentes evidencia regiões da rede com ligações mais fortes e, neste universo, evidencia-se uma componente com 15 dos 20 blogues analisados – assim, temos a existência de um conjunto significativo de blogues em grande interacção dentro da rede. As outras componentes são 5 e cada uma delas é constituída por um único blogue (quatro que apenas recebem ligações de outros – Da Literatura, Abrupto, Causa Nossa e Quarta República – e um que apenas envia, a Baixa do Porto) – o que evidencia um certo isolamento destes blogues.

Podemos ainda perspectivar a coesão da rede a partir da distância geodésica entre os diferentes blogues, que indica os caminhos entre eles: o caminho entre dois blogues da rede é constituído pelo número de vértices (outros blogues) que estão entre eles. Por exemplo, o caminho entre o Da Literatura e o Arrastão é de quatro vértices. Quanto maior for a distância geodésica entre blogues, menor é, obviamente, a ligação e a afinidade entre eles. Pelo contrário, quanto menor for a distância, mais perto estão os blogues uns dos outros e mais facilmente flui entre eles a partilha de ideias ou

mensagens. No nosso estudo de caso, percebemos que 30% dos caminhos estão a um vértice de distância e que 34,5% estão a dois vértices, mostrando uma rede de vértices com um núcleo de blogues bastante próximo.

Assim, podemos perceber que temos uma rede relativamente coesa, com um núcleo central que congrega 15 dos 20 blogues analisados: um conjunto de blogues interligados e próximos, mostrando que estão atentos uns aos outros, às opiniões expressas noutros projectos, partilhando interesses, temas e assuntos. Alguns blogues são mais marginais a este conjunto central, sendo sobretudo alvo de hiperligações por parte de outros, mas sem grandes relações de mutualidade na admissão do outro como produtor de opinião que é passível de recomendação ou crítica. Estes são, nitidamente, blogues como o Abrupto, a Causa Nossa, Da Literatura e a Quarta República.

O segundo ângulo de análise de uma rede foca-se na localização dos seus actores, avaliando a sua centralidade e prestígio. Nesta abordagem, interessa ver quem são os actores mais importantes ou proeminentes, já que localizações estratégicas na rede permitem gerir a distribuição de recursos, que, no nosso caso, podemos considerar como sendo a distribuição de opiniões e de reconhecimento dessas opiniões. Uma das medidas de centralidade é dada pela observação do número de ligações (ou graus) que um dado actor tem: um actor central é aquele que é mais activo, no sentido em que domina a maior parte das ligações aos outros. As ligações podem ser *in* (se recebidas, isto é, se o blogue é alvo de hiperligações) ou *out* (se emitidas, isto é, se o blogue é origem de links). A centralidade medida por graus mostra onde está a acção e, nesse sentido, evidencia quem são os actores mais visíveis (Wasserman e Faust, 1994).

Da análise da medida de centralidade do nosso conjunto, podemos perceber que o Albergue Espanhol é o actor com maior número de ligações (14 emitidas e 10 recebidas), logo seguido do Cachimbo de Magritte (com 23 ligações), o actor com maior número de ligações emitidas (15). Nesse sentido, o Cachimbo de Magritte é o que linka a um maior número de diferentes blogues, mostrando-se activo a urdir a sua opinião na teia das diversas ideias expressas na rede. É o blogue com maior grau de expansividade (Wasserman e Faust, 1994: 126), assumindo, desta forma, um papel de monitorização da rede e de *gatekeeper*, distribuindo atenção para o resto da rede. Mas quando olhamos especificamente para as ligações recebidas, que podem ser usadas para medir o prestígio ou a popularidade dos actores (sendo o mais prestigiado o que é mais linkado), então o Blasfémias é o mais importante da rede, porque recebe 11 ligações. É assim o blogue mais popular

no conjunto observado (Wasserman e Faust, 1994: 126) e, em termos de prestígio dos actores (medido pelas ligações recebidas), é seguido pelo Albergue Espanhol (10) e pelo 31 da Armada e Jugular (ambos com 9).

O papel central que os actores desempenham na rede pode ainda ser aferido pela medida da intermediação (Freeman Betweenness Centrality), que tem por pressuposto que a localização central permite controlar as interacções entre actores não adjacentes (não ligados directamente). Ou seja, actores que estão “no meio” podem ter uma influência interpessoal maior sobre os outros e são centrais porque jazem no meio de diferentes caminhos geodésicos (Wasserman e Faust, 1994: 189). No nosso caso em estudo, o actor que ocupa a posição central é o Albergue Espanhol, seguido do Cachimbo de Magritte e do Blasfémias. Isso significa que o Albergue Espanhol, por exemplo, é o blogue que mais rapidamente consegue fazer chegar os leitores a outros pontos da rede através das hiperligações que efectua.

A análise das medidas de centralidade confirma a impressão da observação gráfica das relações. Ou seja, encontramos como actores centrais na blogosfera política blogues políticos mais ligados à ala liberal e de direita do espectro ideológico. Isto acontece numa altura em que, na vida político-partidária portuguesa, se preparava uma mudança de poder: as duas primeiras semanas correspondem à altura em que, na sequência da demissão do então primeiro-ministro socialista José Sócrates, o país preparava eleições; na segunda fase do nosso período de análise, uma coligação de partidos da Direita assumia o governo no país. Ou seja, da mesma maneira que a Direita tomou conta do país, também os blogues mais ligados a esta ala ideológica assumiram a centralidade da blogosfera política mais lida em Portugal, linkando activamente a outros blogues e promovendo uma teia de opiniões imbricada em vários nós da rede. Este é um facto que, de novo, demonstra o estreito paralelismo entre a actividade da blogosfera e a vida política portuguesa formal e institucional.

Particularmente significativo nesse domínio, é o papel do Albergue Espanhol, um blogue recentemente criado (em 2010) e que já encerrou a sua actividade (em Setembro de 2011), reunindo pessoas ligadas ao então líder do partido da oposição (PSD), Pedro Passos Coelho, e mais tarde primeiro-ministro. Como vemos, este foi o segundo blogue que mais ligações estabeleceu a outros blogues, construindo quer uma rede de partilha de ideias e mensagens com outras posições mais ligadas à sua área de influência, mas também estabelecendo hiperligações a blogues de outras ideologias. Por outro lado, foi igualmente um destino importante em termos de ligações recebidas (é

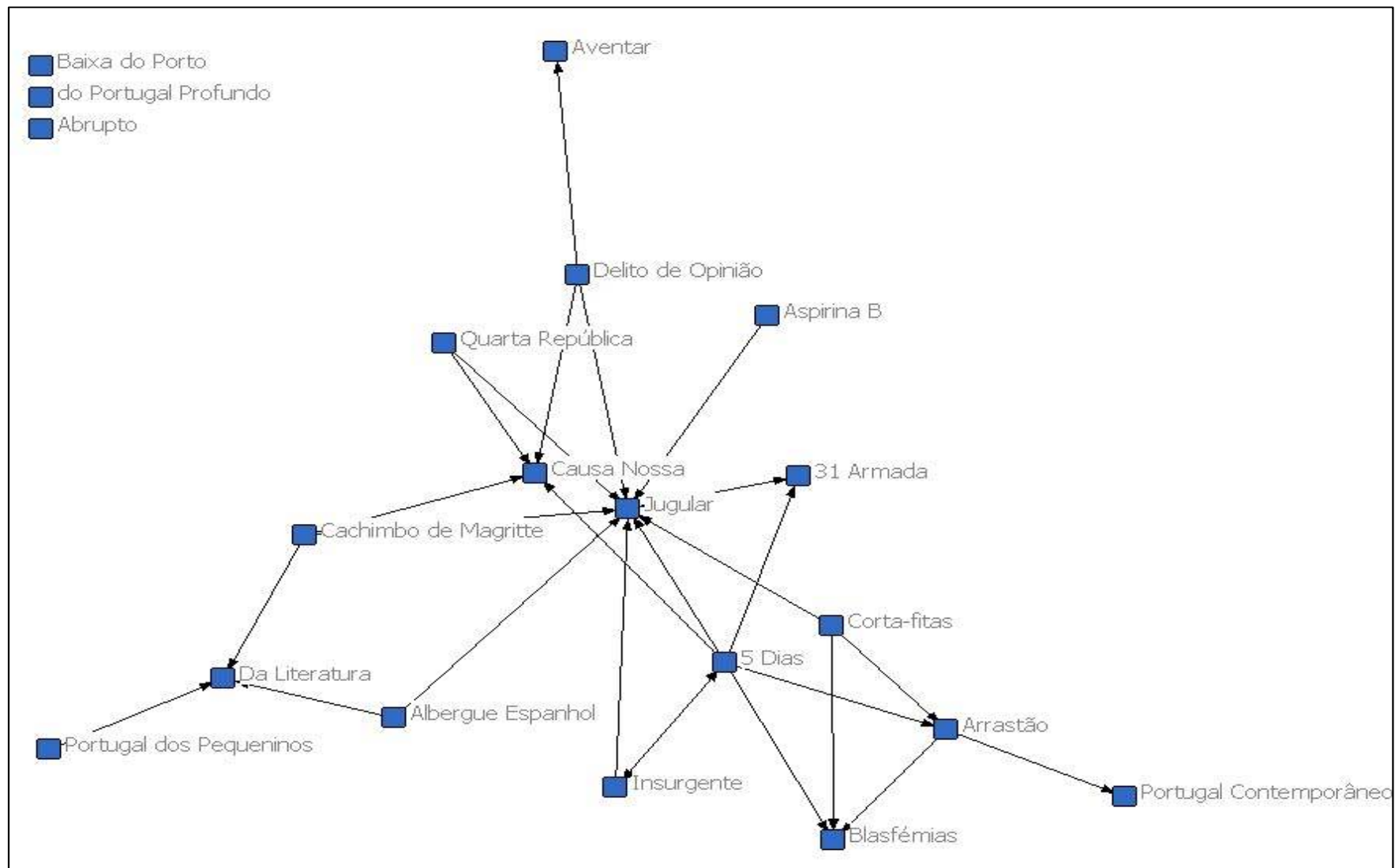
o segundo com maior número), com um dinamismo que reflecte o reconhecimento dos outros bloggers. É o blogue que está “no meio”, o que denota a sua posição estratégica na rede em termos do fluxo de comunicação (nomeadamente no apoio a Pedro Passos Coelho).

Por outro lado, a dispersão da Esquerda parece também ser um facto relevante. Enquanto os blogues da ala liberal e de direita linkam uns para os outros, os de Esquerda estão mais distantes e não estabelecem grandes conexões entre eles, não promovendo assim uma base de apoio hiperligada a esta ala ideológica, que aparece mais fragmentada.

A análise da estrutura global da blogosfera política portuguesa mais lida providencia leituras relevantes em termos do comportamento dos blogues, mas engloba todas as interacção estabelecidas, independentemente da acção que lhe está subjacente. Poderão as hiperligações negativas providenciar uma imagem diferente desta rede? Uma segunda matriz de adjacências, usando apenas os dados relativos às interacções de gozo ou ridicularização entre blogues, foi construída e deu origem ao grafo que se pode ver na imagem 9.2. Como podemos observar, a rede dos blogues políticos obtém uma configuração completamente diferente quando apenas são consideradas as ligações de pendor negativo. Apresenta-se uma rede desconectada e de relações menos densas, com três blogues fora da teia, o que significa que não recebem nem emitiram qualquer link: o Baixa do Porto, Do Portugal Profundo e o Abrupto. As ligações não são, na sua grande maioria, recíprocas, exceptuando exemplos como as díades Jugular/31 da Armada ou Insurgente/5Dias. A imagem gráfica dá ainda a perceber que a distribuição geográfica dos actores mudou.

A análise das medidas de coesão da rede (ver anexo E) permite assinalar mudanças significativas, nomeadamente uma menor densidade (0,071) e menor proximidade (perto de 90% dos caminhos entre os diferentes blogues está a uma distância geodésica de quatro arestas). Este facto demonstra que a rede de interacções negativas é menos intensa do que a rede que considera todas as ligações. Assim, os actores mostram-se menos dinâmicos nestas hiperligações e muito menos expansivos, evidenciando-se desta forma que os blogues não interagem negativamente com um grande número de outros projectos. De facto, as interacções negativas que partem de um determinado blogue não têm, por norma, mais do que dois ou três alvos distintos.

Figura 9.2. – Representação gráfica das interacções negativas entre blogs

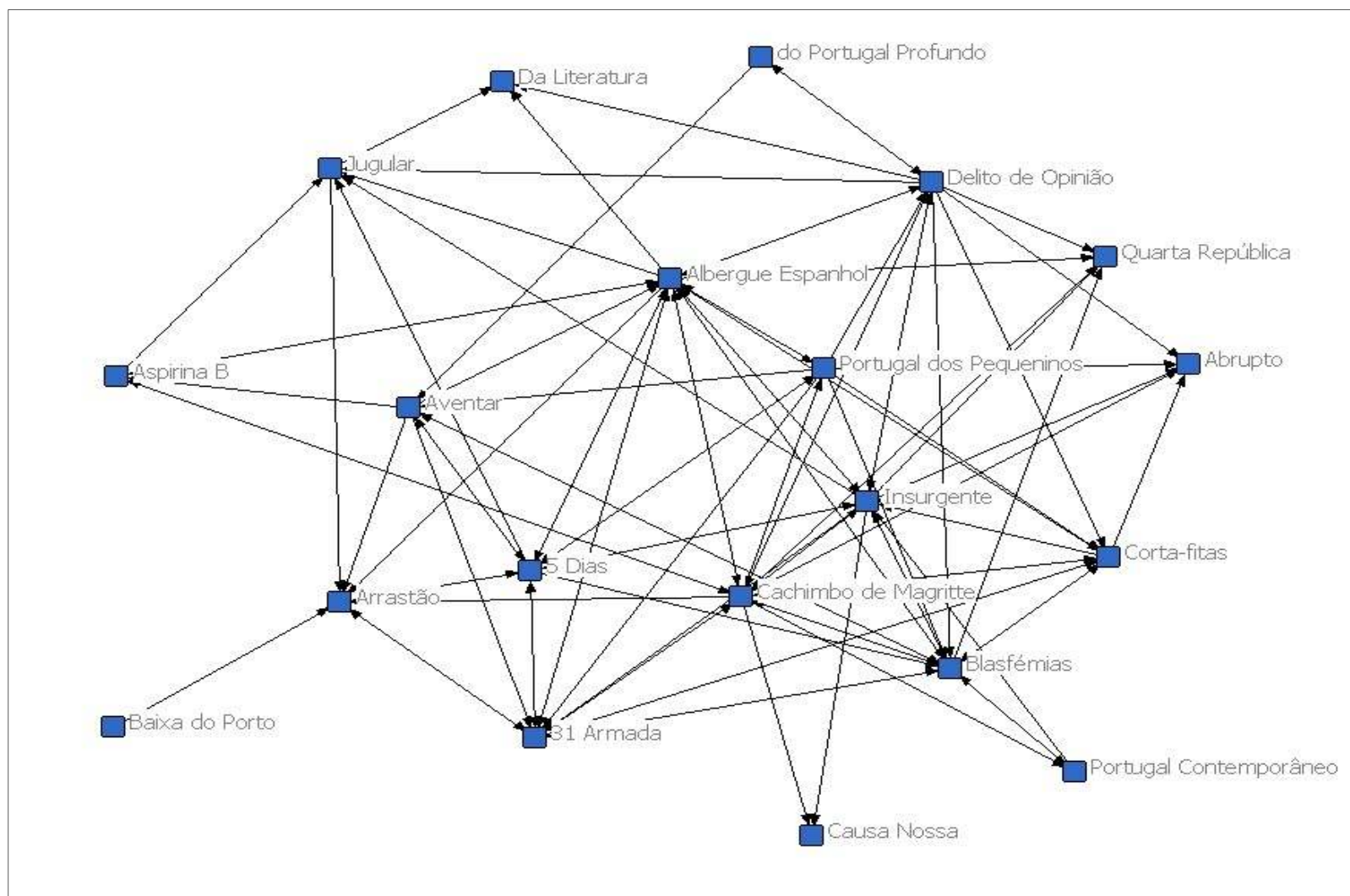


A localização dos actores nesta rede é igualmente diferente, já que a centralidade cabe agora aos blogues da ala Esquerda. O blogue com maior actividade e expansividade nas relações negativas é o 5 Dias que tem ligações com 6 diferentes nós da rede. Os blogues seguintes com maior número de ligações emitidas (3) são o Cachimbo de Magritte, o Corta Fitas e o Delito de Opinião. É curioso verificar, por exemplo, que o Albergue Espanhol, mais activo quando todas as ligações são consideradas, tem aqui um papel mais discreto, estabelecendo conexões a apenas dois blogues. Ou seja, parece que a estratégia de apoio ao candidato a primeiro-ministro seguiu uma linha de rede pela interacção positiva. O blogue negativamente mais popular na rede é o Jugular, que recebe ligações de nove blogues diferentes. É seguido pelo Causa Nossa (4) e pelo Da Literatura (3).

Estas medidas de centralidade demonstram que, à semelhança do que acontece quando analisada a rede com todas as ligações, a vida da blogosfera política portuguesa segue de perto o ambiente geral da vida política formal e institucional. Como dissemos já, Portugal preparava, no período em análise nesta tese, uma mudança de poder e o Partido Socialista (cujo apoio estará mais relacionado com os blogues Jugular, Causa Nossa e Da Literatura) recebia então as maiores críticas, tendo perdido as eleições nesse interregno. Quando olhamos para os blogues que estão “no meio”, continuamos a ter o Jugular em primeiro lugar, mas seguido agora pelo 5 Dias e pelo Arrastão – dois blogues também mais ligados à Esquerda. E se são estes blogues os mais visados por interacções negativas, também é da Esquerda que parte a emissão de comentários provocatórios ou de gozo: o blogue 5 Dias é o que apresenta maior centralidade em termos de expansividade.

Uma nova questão surge desta análise: será que o facto de vermos, do ponto de vista da interacção negativa, um “alvo preferencial” nos blogues de Esquerda, significa que há polarização na blogosfera política portuguesa mais lida? Será que os blogues de ideologia semelhante linkam apenas entre si quando se trata de diálogo e conversação, no sentido deliberacional? Ou, pelo contrário, será que os blogues de ideologias diferentes também se relacionam através de interacções positivas ou indicações neutras, mostrando vontade de manter diálogos ideológicos cruzados? Construída uma matriz de adjacências para o relacionamento positivo e neutro entre blogues, obtivemos o seguinte grafo (ver imagem 9.3.) que evidencia um comportamento de hiperligação independente da ideologia.

Figura 9.3. – Grafo do relacionamento positivo e neutro entre blogs



Esta rede (cujas medias estão no anexo F) continua a apresentar uma densidade considerável (0,261), mostrando uma teia de relações importantes entre os blogues, cuja centralidade é ocupada pelos mesmos actores da rede que considera todas as ligações. Os mais populares são o Blasfémias e o Albergue Espanhol (com dez ligações cada), seguidos do 31 da Armada (com 8 ligações). Tal como na rede que considera todos os relacionamentos, os mais expansivos são o Albergue Espanhol e o Cachimbo de Magritte (com 13 ligações cada), seguidos do Insurgente e do Delito de Opinião (com dez ligações cada).

Assim, não podemos considerar que exista uma polarização na blogosfera política portuguesa, embora haja maior probabilidade de linkar entre blogues da Direita e da ala liberal. A abordagem utilizada na análise de redes sociais, que efectuámos, não dá conta da intensidade das relações, mas a observação empírica das interacções a partir do número de links entre pares de blogues permite perceber que as relações são mais intensas entre determinados blogues, todos da ala liberal e de Direita: Delito de Opinião/Albergue Espanhol, Cachimbo de Magritte/Blasfémias, Cachimbo de Magritte/Insurgente, Insurgente/Blasfémias, Portugal dos Pequeninos/Cachimbo de Magritte e Albergue Espanhol/31 da Armada. Curiosamente, não vemos essas ligações intensas entre blogues de Esquerda. Na blogosfera política portuguesa, esta ala ideológica aparece assim mais dispersa, fragmentada e menos conectada que a Direita e ala liberal.

9.5. Dimensão interna das hiperligações: o discurso partilhado

Muito do sentido da blogosfera política portuguesa está para além dos posts escritos. Os posts são, como vimos, na grande maioria dos casos, hipertextos, incorporando caminhos múltiplos de leitura. A estrutura de grande parte dos discursos é variável, sendo que a tradicional linearidade do texto político é encontrada apenas num pequeno conjunto de blogues. Temos assim leitores amplamente convocados para um trabalho de leitura diversificado, em que o papel do blogger é o de orientar a leitura, propondo alternativas de significação. A integridade do discurso está comprometida por escolhas dependentes de quem lê, o que evidencia a disponibilidade do blogger para abdicar de um certo controlo sobre a mensagem.

E essa disponibilidade tem uma dimensão muito significativa. As hiperligações efectuadas pelos autores no nosso período em análise evidenciam um assinalável comprometimento do sentido das mensagens e opiniões expressas: em perto de metade dos links, há um significado acessório

que pode complementar a mensagem se o leitor decidir clicar. Ou seja, os bloggers políticos portugueses assumem, em grande parte das mensagens com hiperligações, a posição de co-autores, admitindo uma criação partilhada com um leque variado de fontes, ainda que, na linha do que foi já descrito, grande parte da co-autoria é assumida com os *media mainstream*. Cerca de 55% dos links que classificámos de acessórios tinham como destino meios de comunicação tradicionais.

O diálogo com os outros blogues implica também um certo compromisso com a voz dos outros que é convocada, já que 27,5% das ligações com sentido acessório envolviam conversações no âmbito da blogosfera. Ao falar com outros, os bloggers políticos admitem prescindir do total controlo sobre o discurso, incorporando a fala dos outros e as suas justificações na construção da sua mensagem e nas suas interpelações. Isto significa que, em grande medida, o sentido da blogosfera política se espraia pela rede e pelos diversos nós que a constituem.

Ao atribuir significados acessórios à sua mensagem através de hiperligações, os bloggers deixam aos leitores um vasto mundo de caminhos para percorrer, tecendo significações em rede e convocando diversos autores para o seu próprio discurso, ainda que, muitas vezes, essa convocação não seja particularmente visível ou notada. Como dissemos já, muitos destes links aparecem incorporados no texto, apenas com uma cor ou um sublinhado a evidenciar a existência de mais informação por trás daquela hiperligação, mostrando um forte comprometimento na assunção de outros como a voz própria do blogger.

As hiperligações referenciais – que acabam, por vezes, por ser as mais complexas, ao obrigar o blogger a justificar e referenciar uma hiperligação, no lugar de apenas a incorporar – são a segunda categoria de links mais presentes: 35,8%. São hiperligações que comprometem o sentido no mínimo, cumprindo apenas a função de mostrar ao leitor de onde vem a informação, numa espécie quase de citação académica. Mais de metade desses links remete para blogues, mostrando que, em grande medida, a conversa com os outros blogues segue a mera indicação da origem da fala e não uma incorporação de discurso e comprometimento do sentido – ou seja, esses links revelam uma maior distância face ao alvo. As ligações aos *media* com uma função meramente referencial são menos frequentes: do total de hiperligações aos meios de comunicação tradicionais apenas um quarto tinha como objectivo mostrar a origem da informação exposta pelo blogger. Assim, na maior parte dos links aos media, os bloggers

sentem-se mais próximos, dispostos por isso a abdicar de um controlo maior sobre a informação que veiculam.

As hiperligações que obrigam o leitor a clicar para compreender a mensagem do blogger e que são, portanto, obrigatórias, constituem a parte menos relevante do conjunto: 14,4%. O que é compreensível porque o comprometimento total da significação do post ao clique tornaria o espaço maioritariamente ininteligível. É também interessante notar que é com *sites* colaborativos, sobretudo com o You Tube, que os bloggers mais se mostram dispostos a abdicar do seu controlo. Cerca de 40% das hiperligações com sentido obrigatório remetem maioritariamente para imagens e vídeos que veiculam assim a mensagem pretendida pelo blogger, quase que o desobrigando de qualquer comentário. Os links obrigatórios a *media* constituem 31,4% do total dessas hiperligações e o comprometimento total com outros blogues é de apenas 23,85% – de novo evidenciando, face aos *media*, uma maior distância aos outros actores da blogosfera. É ainda significativo que as hiperligações obrigatórias tenham pouco impacto junto de outras redes sociais ou mesmo *sites* institucionais e oficiais, que disponibilizem documentos ou estudos que poderiam acrescentar outra dimensão aos debates e discussão.

O quadro 9.5. evidencia a distribuição das hiperligações (em números absolutos e em percentagens), categorizadas de acordo com a sua contribuição para o sentido do post, ao longo das quatro semanas em análise. Como se verifica, existem variações no período, com algumas alterações em termos da dimensão da contribuição de cada classificação, sobretudo no que diz respeito aos links referenciais e acessórios – que invertem a sua proeminência na terceira semana analisada, assumindo aí maior importância as hiperligações referenciais.

A semana com maior implicação do sentido nas hiperligações é a primeira (com 74,5% dos links a comprometer acessória ou obrigatoriamente o discurso), altura em que foi anunciado o pedido de ajuda externa. Um facto que talvez se possa explicar por uma grande implicação dos bloggers nos comentários a esses acontecimentos através de recurso a outras fontes de informação e diversas reacções aos eventos.

Quadro 9.5. – Distribuição dos links de acordo com a contribuição para o sentido do post

LINKS	REFERENCIAIS		ACESSÓRIOS		OBRIGATÓRIOS	
	Total	% no total de links	Total	% no total de links	Total	% no total de links
1ª semana	297	25,5%	674	57,85%	194	16,65%
2ª semana	471	39,65%	587	49,40%	130	10,95%
3ª semana	424	43,75%	404	41,70%	141	14,55%
4ª semana	216	35,00%	298	48,50%	101	16,50%

De novo, a utilização de médias para descrever a construção de sentido na blogosfera através de hiperligações não deve ocultar o facto de que existem práticas muito diversas entre os blogues e dentro dos próprios blogues. Há blogues que chegam a ter 55% e 35% de links obrigatórios, como é o caso do Portugal dos Pequeninos, nas primeira e quarta semanas em análise, respectivamente. Outros, como o 31 da Armada ou o Avenir, têm um recurso menos frequente a links referenciais – 11,6% e 13,7%, respectivamente, na primeira semana em análise.

9.6. Conclusões

A análise das hiperligações efectuadas pelos blogues políticos portugueses evidencia algumas características assinaláveis nos relacionamentos efectuados. Desde logo, é de relevar a estreita imbricação dos blogues com os *media* tradicionais: a probabilidade de linkar para *sites* noticiosos tradicionais é maior que para qualquer outro destino, e é destes que vem primariamente a fundamentação do que os bloggers inscrevem nos seus posts. Finalmente, é com os *media* que os bloggers se mostram dispostos a negociar o sentido das suas mensagens,

comprometendo o seu significado ao clique e à leitura dessas fontes em 70% das hiperligações para meios de comunicação.

Será também de assinalar a ligação desenvolvida pelos bloggers com *sítes* como o You Tube: este é maioritariamente o destino de ligações para as quais os bloggers não providenciam comentários ou enquadramentos, e é também maioritariamente o destino de links que obrigam ao seu seguimento para uma compreensão da mensagem pretendida pelos bloggers. É como se as imagens fossem um reduto vincutivo de riqueza e de significação, a ideia de que as imagens dizem tudo. O comprometimento total do sentido do post é mais facilmente cedido perante imagens do que perante palavras e é também das imagens que virão contribuições sem precisar de introduções ou enquadramentos. Apesar dos blogues serem projectos que vivem maioritariamente da palavra (com menor recurso à imagem estática ou em movimento), quando incorporam uma componente visual, a quem é atribuída a centralidade na era da informação (Cardoso, 2009b), os bloggers submetem-se à lógica do seu domínio.

Contrariamente ao que é descrito em alguma literatura sobre as limitações dos fóruns da internet para o desenvolvimento de um ambiente deliberativo, o relacionamento entre blogues políticos portugueses via hiperligações in-posts revela um ambiente maioritariamente positivo e conversacional. A proporção de interacções que visam insultar, gozar ou manifestar desprezo é relativamente pequena, sendo que a grande maioria das hiperligações tem por objectivo dialogar com outros blogues, concordando, discordando ou completando posições políticas desenvolvidas neste espaço. Ainda, no cumprimento da ética própria da blogosfera, temos a considerar as interacções classificadas de neutras, mas que demonstram igualmente o respeito pelo outro.

A análise das hiperligações permite ainda perceber que o fenómeno da centralização do tráfego em alguns pontos específicos da rede – como descrito já por outros autores, nomeadamente para a blogosfera norte-americana – também se verifica no espaço português. A atenção que os bloggers canalizam por via dos links que estabelecem é encaminhada maioritariamente para meios de comunicação nacionais e, dentro desses, para títulos da imprensa dita de referência. Também a imprensa estrangeira tem alvos prioritários, enquanto que referências a rádios ou televisões (portuguesas ou internacionais) são mais escassas e dispersas .

A concentração de tráfego nalguns *sítes* específicos é igualmente notória no que diz respeito a projectos de índole colaborativa. Neste caso, é a Wikipedia e o You Tube – sobretudo este último

– que concentram a atenção dos bloggers e que predominam nas suas estratégias de hiperligação. A nível dos links para blogues, verificamos a mesma concentração num conjunto muito específico: nomeadamente em 19 dos blogues que constituem o objecto de estudo (com excepção para a *Baixa do Porto*) e mais três blogues já referenciados (*Câmara Corporativa*, *Educação do Meu Umbigo* e *Margens de Erro*). Os 19 blogues do universo que considerámos receberam perto de 40% das hiperligações destinadas a blogues, com os restantes 60% a ter como alvo perto de 200 outros blogues.

A marginalização do *Baixa do Porto* também denuncia uma concentração de outra natureza, a do foco nacional, na política nacional ou da que se passa em Lisboa. As hiperligações focam maioritariamente a imprensa que é a sediada em Lisboa ou produzida a partir da capital. Outros meios regionais são quase marginais na rede e muitos deles são hiperligados exactamente a partir do *blogue Baixa do Porto*. Como vimos, existe uma percentagem significativa de bloggers que escreve a partir do eixo *Porto-Braga*. Contudo, essa realidade geográfica não se traduz numa estratégia de hiperligação descentralizada a meios de comunicação regionais ou a debates políticos não centrados na política nacional que maioritariamente é decidida na capital.

Finalmente, a análise das hiperligações evidencia ainda o estreito paralelismo entre vida política formal e institucional e vida online. Essa correspondência é visível na frequência e destino dos links, mas também na proeminência que certos actores assumiram na blogosfera. Blogues ligados à Direita e à ideologia liberal mostraram-se mais activos e centrais a urdir a teia de opinião na blogosfera, enquanto que os blogues conectados com a Esquerda se tornaram o alvo das interações negativas. Por um lado, temos a construção de uma rede por deliberação activa e racional, com interações ditas positivas ou neutras, que parte essencialmente de blogues de Direita, mas que tem por alvo um espectro alargado ideológico. Por outro lado, em menor dimensão, assistimos a uma certa desqualificação de alguns blogues de Esquerda ao torná-los objecto de desprezo e gozo – o que os exclui da racionalidade da deliberação e, portanto, da rede de debate e argumentação política. Uma estratégia que seguirá as táticas eleitorais do momento em que Portugal se encontrava – à porta de eleições e de formação de novo governo que significou uma viragem da Esquerda para a Direita.

Neste aspecto, não podemos considerar a blogosfera como uma alternativa no que diz respeito à estruturação do espaço público. No entanto, isso não significa que não existam algumas contribuições para a diversidade, algumas propostas de vozes diferentes. Embora esta não seja,

de forma alguma, a actividade mais frequente dos bloggers políticos portugueses, a verdade é que estes estabeleceram hiperligações a um número muito significativo de blogues (quase 200, como referimos), entre os quais alguns estrangeiros, havendo ainda alguma variedade mediática. Para um leitor esporádico ou pouco frequente, a probabilidade de encontrar hiperligações para destinos diversos será menor, mas a blogosfera não deixa de ser, em certa medida, uma porta de saída para várias fontes, sejam elas outros blogues, *media* ou outros *sites* – dirigindo a atenção para uma panóplia de informações e opiniões que dificilmente poderiam aflorar o espaço público mais frequentado.

10. De que falam os blogues políticos

«O comentário não tem outro papel senão o de dizer finalmente aquilo que estava silenciosamente articulado no texto primeiro. O comentário deve, num paradoxo que ele desloca sempre mas de que nunca se livra, dizer pela primeira vez aquilo que já tinha sido dito entretanto, e repetir incansavelmente aquilo que, porém, nunca tinha sido dito»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

Analisado o padrão de hiperligação dos blogues políticos portugueses mais lidos, é possível extrair algumas imagens sobre esta nova plataforma de discussão e debate, nas suas conexões com outros blogues, *media* tradicionais e diversos *sites*, nomeadamente de carácter institucional ou colaborativo. Os resultados anteriores mostram um universo de blogues altamente conectado, com um nível elevado de hiperligações, nomeadamente a jornais e outros *media* noticiosos. Este facto indicia, à partida, e como já tivemos oportunidade de referenciar, uma ligação próxima entre a agenda dos blogues e as dos meios tradicionais, já que a hiperligação evidencia que falam do mesmo assunto.

Estas indicações podem ser aprofundadas, em da contribuição dos blogues para a promoção da diversidade, analisando os temas e assuntos tratados e verificando de que forma este padrão de hiperligação se encontra plasmado em termos de agendas. Terão os blogues conteúdos e debates sobre temas diferentes dos abordados pelos *media*, providenciando novas perspectivas aos seus leitores? Providenciarão os blogues uma arena para vozes com outros interesses, para além dos que habitam o espaço tradicional dos *media*?

10.1. Blogues e *media*: agendas e atributos

A relação entre os meios de comunicação tradicionais e os blogues em termos de agenda (considerada genericamente como a lista de temas mais relevantes discutidos no espaço público) tem sido investigada pela academia, que procurou aprofundar o conhecimento sobre o

que aproxima ambas as formas de intervenção, assim como o que as distingue. Parece, assim, relevante a relação que ambas mantêm em termos dos assuntos e temas que abordam.

Analisando as contribuições que os bloggers dão ao novo espaço da discussão política, Woodyly (2008: 114-115) defende que “os blogues oferecem informação que é distinta em forma e conteúdo, oferecendo aos leitores uma experiência democrática que não pode ser oferecida por qualquer outra forma tradicional (de *media*)”. É particularmente importante para esta autora o facto de, contrariamente aos *media* tradicionais, “limitados pelo enviesamento das elites, pela necessidade de uma apresentação que capte a atenção, pela ética profissional da objectividade e pela propriedade empresarial” (2008: 115), os bloggers não estão adstritos a uma estrutura cuja credibilidade reside na objectividade, limitadora da profundidade e do leque das notícias. Tendem antes a apresentar argumentos através da examinação dos factos públicos, incorporando pontos de vistas das não-elites que são excluídos da cobertura tradicional.

Estas novas competências e capacidades dos actores que habitam o espaço criado pela blogosfera levantaram a possibilidade de os assuntos e temas por eles tratados conseguirem influenciar a agenda dos *media* tradicionais. Uma hipótese que foi, por exemplo, investigada por Wallsten (2007) num trabalho que analisou a cobertura de 35 assuntos durante a campanha presidencial norte-americana de 2004 e que concluiu pela existência de uma relação complexa bidireccional entre a cobertura mediática e a discussão dos blogues. O que, dado o facto de a cobertura noticiosa influenciar a agenda governamental, pode significar que os bloggers políticos são agentes importantes do processo de *agenda-setting* (tal como revisto no capítulo 4). A atenção que os *media* prestam aos blogues pode explicar-se ainda, segundo Woodyly (2008), pelo facto de se organizarem em torno do argumento e da opinião, promovendo a crítica e o debate entre alas ideológicas.

Poderão então os bloggers influenciar a opinião pública, tornando-se líderes de opinião? A questão, para Campus (2012), é controversa, assinalando que existem vários autores a manifestarem-se contra e a favor dessa perspectiva, por razões que se prendem fundamentalmente com divergências na noção de líder de opinião – um conceito que precisa de ser revisto de forma a integrar as novas características do contexto político, nomeadamente o facto de a discussão se situar em redes de relações que podem ser mais voláteis que no passado. Nesse sentido, a blogosfera pode ser examinada como um domínio onde a opinião pode influenciar a imprensa tradicional, tal como investigado por Wallsten (2007) e proposto por

Delwiche (2005), para quem os blogues poderão evoluir para plataformas onde as pessoas dirão aos *media* sobre o que querem pensar (e não deixar que estes marquem a agenda de interesses).

Também Meraz (2011) considera que a teoria tradicional do *agenda-setting* precisa de acomodar novos desenvolvimentos, nomeadamente os novos ambientes em rede como a blogosfera política, cujos autores têm uma influência social que pode rivalizar com a influência dos *media* tradicionais. A manutenção do poder único dos *media* tradicionais para determinar a saliência dos assuntos e dos seus atributos no espaço público é agora desafiada, segundo o estudo de Meraz (2011), por grupos políticos socialmente coerentes (como os de blogues partidários).

Ainda que os estudos não sejam conclusivos ou apresentem já resultados mais sistemáticos para a realidade diária da blogosfera, em termos da capacidade de agendamento – quer dos blogues sobre os *media*, quer destes últimos sobre os blogues – ou da consagração de bloggers como líderes de opinião, o tema da avaliação comparativa de agendas parece recolher um significativo interesse académico e justificar assim um aprofundamento académico. Até porque, de acordo com Koop e Jansen (2009: 171), os blogues evidenciam uma abordagem diferente aos temas já que, contrariamente aos *media*, “os maiores partidos políticos e líderes não dominam a discussão dos bloggers”, que “tendem a focar assuntos substantivos no lugar de partidos políticos”.

Assim, ainda no âmbito da promoção da diversidade, é igualmente significativo avaliar não só a contribuição dos blogues para a esfera pública em termos dos assuntos que abordam, mas também tendo em consideração a sua atitude face aos mesmos. O facto de não se submeterem às regras de neutralidade presentes nas organizações mediáticas permite-lhes situarem-se no contexto político segundo um novo conceito de razão e justiça: argumentando, ponderando diferentes alternativas, questionando as intenções e a sinceridade dos agentes públicos, comentando sobre a probabilidade, utilidade e verdade das políticas (Woodly, 2008: 117). Nesse sentido, cumprem uma função comunicativa diferente da dos *media* tradicionais, sendo mais vocacionados para o diálogo, argumentação e persuasão.

10.2. Blogues políticos: uma análise qualitativa dos conteúdos

A avaliação da contribuição dos blogues políticos portugueses para a promoção da diversidade, em termos dos assuntos abordados, implica o mapeamento dos posts e dos seus conteúdos, mas também da abordagem e tratamento que os bloggers dão ao tema. Como foi já explicado no capítulo 1, optámos por realizar uma análise qualitativa, de forma a dar conta dos temas abordados em profundidade, providenciando uma avaliação que permite realçar leituras mais pormenorizadas sobre a blogosfera portuguesa.

A investigação qualitativa parte do pressuposto de que “os pontos de vista e as práticas no campo são diferentes por causa das perspectivas subjectivas distintas e dos ambientes sociais com elas relacionadas” (Flick, 2004: 21). Será, assim, uma abordagem adequada à investigação dos conteúdos dos *media*, por um lado, e de blogues, por outro, já que ambos resultam de contextos de produção distintos: organizações empresariais sujeitas a normas profissionais, no primeiro caso, e espaços de discussão online mantidos livremente por cidadãos, no segundo. A escolha do material base para a investigação tem ainda que ser cuidadosamente determinada já que é essencial assegurar diferentes pontos de vista no âmbito da investigação para garantir que as variações da realidade são abordadas (Guerra, 2006).

Sendo complementares à investigação quantitativa (como vimos já em fases anteriores desta investigação), as técnicas interpretativas visam descrever e decodificar certos fenómenos sociais, dando mais atenção ao seu significado que à sua frequência. “A palavra qualitativa implica uma ênfase nos processos e significados que não rigorosamente analisados ou medidos, em termos de quantidade, tamanho, intensidade ou frequência” (Denzin e Lincoln, 1998: 8). É o que se pretende nesta fase da investigação, que procura agora aprofundar as características dos conteúdos dos blogues, extraindo regularidades sem, com isso, procurar dar-lhes uma dimensão numérica. A opção pelos métodos qualitativos, tendo por base “um pequeno número de informações complexas e pormenorizadas”, permite identificar categorias segundo as quais os elementos do discurso estão articulados uns com os outros (Quivy e Campenhoudt, 2005: 227).

A identificação dessas categorias poderá permitir distinguir ou aproximar os discursos dos *media* e da blogosfera, quer em termos dos assuntos abordados, quer em termos da forma como são abordados. Isso significa que será ainda necessário manter uma certa abertura na avaliação do material recolhido já que os dados empíricos são o ponto de partida para a definição das

categorias de análise, um procedimento que “serve para elaborar uma compreensão mais profunda do texto” a analisar (Flick, 2004: 195). Esta identificação *a posteriori* das categorias, e não a sua definição prévia a partir da teoria, tem a vantagem de não agrilhoar a realidade a estudar e poderá permitir elaborar um código de leitura para blogues e jornais.

Uma vez que a análise qualitativa requer um olhar mais próximo e específico, a amostra de blogues utilizada até agora revelou-se demasiado extensa. Nesse sentido, tornou-se necessário fazer, dentro desse número, uma selecção de projectos. Tendo em conta o nosso objectivo inicial de avaliar blogues com influência no espaço público, três soluções poderiam ser adoptadas: estudar um número mais reduzido dos blogues mais lidos, seguindo, de novo, a contagem da Blogómetro; estudar os blogues que os bloggers referenciaram, no inquérito realizado no âmbito desta dissertação (ver capítulo 8), como sendo os mais influentes; ou, estudar os blogues mais linkados pelos outros, de acordo com a análise que efectuámos (ver capítulo 9).

A primeira solução aponta para um nível de influência externa, medida pela adesão dos internautas aos projectos, enquanto que as outras duas serão medidas mais internas de autoridade, percebida pelos outros bloggers ou objectivada pelo número de ligações (ver Karpf, 2008). Os blogues a seleccionar, de acordo com cada uma das soluções, estão listados no quadro 10.1. A confrontação é feita com oito blogues, um número que resulta da votação dos bloggers no inquérito e que considera os blogues com, pelo menos, mais que um voto. Avaliadas as diferentes opções, a solução mais adequada pareceu ser não a decisão por uma única forma de selecção, mas sim escolher uma possível confluência de todas. Pareceu ainda mais adequado, tendo em conta a necessidade de dar conta de um espectro alargado de perspectivas, ter também em consideração a área ideológica em que os blogues se inscrevem, de forma a dar conta de um leque variado de sensibilidades políticas.

Há aqui cinco blogues que se destacam pelo facto de estarem incluídos em todas as soluções, o que os torna candidatos óbvios à nossa análise qualitativa: Blasfémias, Jugular, 31 da Armada, 5 Dias e Insurgente. O Blasfémias e o Insurgente serão blogues que se inscrevem numa perspectiva liberal de Direita, enquanto o 31 da Armada estará mais conectado com a Direita tradicional, nomeadamente

Quadro 10.1. – Lista dos blogues mais influentes, de acordo com diferentes critérios

Posição	Blogues mais lidos	Blogues mais influentes – de acordo com os votos dos bloggers	Blogues mais ligados
1º	Blasfémias	Blasfémias (26 votos)	Blasfémias
2º	31 da Armada	Jugular (19 votos)	Cachimbo de Magritte
3º	Arrastão	31 da Armada (9 votos)	5 Dias
4º	Jugular	Arrastão (9 votos)	31 da Armada
5º	5 Dias	Insurgente (9 votos)	Jugular
6º	Delito de Opinião	Abrupto (5 votos)	Albergue Espanhol
7º	Insurgente	Albergue Espanhol (3 votos)	Insurgente
8º	Corta-Fitas	5 Dias (2 votos)	Causa Nossa

monárquica. O Jugular terá aproximações ao centro ideológico ocupado pelo socialismo, enquanto o 5 Dias se inscreve numa linha mais próxima do comunismo. Este grupo, no entanto, peca pela ausência de vozes ligadas a uma Esquerda menos tradicional, nomeadamente que se possam identificar com as posições defendidas pelo Bloco de Esquerda. Essas vozes encontram-se no Arrastão, um blogue que é também dos mais lidos e um dos mais relevantes em termos da influência percebida pelos bloggers. Sendo assim, foi decidida a sua inclusão na lista de blogues a analisar qualitativamente.

A comparação dos blogues com meios de comunicação tradicionais implicou ainda uma selecção dos meios a analisar. Entre a rádio, a televisão e os jornais, a opção recaiu sobre os últimos, principalmente por duas razões: os jornais são, de acordo com um estudo de recepção pedido pela ERC, os meios mais reconhecidos em termos da sua capacidade de reflexão (ERC, 2008) e, portanto, mais propícios a alimentar o debate político; a imprensa é ainda o meio mais amplamente convocado pelos bloggers nas suas estratégias de hiperligação. Dentro da imprensa portuguesa, e dada a nossa perspectiva de análise incidir sobre as matérias políticas, pareceu mais adequado optar pelos jornais nacionais generalistas diários: Público, Diário de Notícias, i,

Jornal de Notícias e Correio da Manhã. Não foram considerados os jornais económicos porque, ainda que abordem também a actualidade política e sejam particularmente importantes em momentos de crise económica e financeira, a sua prioridade não é política, mas sim a economia na política. Também não foram considerados jornais ou revistas semanais, já que a periodicidade diária se aproxima mais do tempo da blogosfera. Finalmente, a opção recaiu sobre as edições impressas e não online pelo facto de aquelas continuarem a ser o produto nobre do sector e também o mais diferenciador entre títulos.

O período analisado é o mesmo considerado para a avaliação das hiperligações, no capítulo anterior: quatro semanas de 2011 (uma em cada mês de Abril a Julho). Numa primeira fase, os posts de cada blogue foram analisados em termos dos assuntos abordados, de forma a providenciar um mapa dos conteúdos. Este mapeamento foi posteriormente confrontado com os temas noticiosos tratados pelos jornais de forma a identificar convergências de agenda e divergências de interesses. Numa segunda fase, foram escolhidos dois temas amplamente tratados (um de carácter nacional, ou internacional), quer pelos blogues, quer pelos jornais, de forma a aprofundar e ilustrar diferenças e semelhanças nas abordagens de ambos. Não pretendendo uma exaustividade no mapeamento dos assuntos abordados quer por blogues, quer por jornais, o objectivo passa por mostrar percursos que ilustrem algumas leituras possíveis da dicotomia proximidade/afastamento entre blogues e *media*, no que diz respeito aos temas que merecem atenção e à forma como estes são abordados.

10.3. Temas e conteúdos: o mapa das agendas

A primeira fase da análise qualitativa procurou, de forma mais elementar, identificar assuntos políticos tratados por blogues e jornais, assinalando o núcleo principal dos posts ou notícias. Seguindo uma das abordagens possíveis na investigação qualitativa, procurámos, num primeiro momento, descrever o nosso objecto de estudo e, num segundo momento, providenciar a interpretação desse objecto. Assim, a análise comparada entre os temas abordados pelos blogues e pelos jornais mostra uma relação muito próxima de agenda, em termos do que constituem os temas principais tratados por ambos. De facto, os temas tratados de forma mais vasta quer por blogues, quer por jornais, coincidem significativamente no período em observação. Não se pode inferir daqui alguma influência de um sobre o outro, já que grande

parte desses assuntos diz respeito a matérias da política institucional e formal que condicionam o debate, nomeadamente o pedido de ajuda financeira externa ao FMI e FEEF, a campanha eleitoral ou a formação de governo – numa tríade políticos/jornais/blogues, em que dificilmente se pode isolar variáveis independentes.

10.3.1. Diferenças e semelhanças entre blogues e jornais

A coincidência de agendas é particularmente significativa na primeira semana, sobretudo devido à ocorrência de eventos de natureza político-institucional a que nem jornais nem blogues podiam escapar: o pedido de ajuda financeira do Estado português ao FMI /FEEF, a realização do congresso do Partido Socialista e a inclusão de Fernando Nobre, ex-candidato presidencial, nas listas do PSD para as eleições legislativas. Estes temas foram largamente abordados por jornais e blogues. Por exemplo, o resgate financeiro e temas associados, nomeadamente a dívida pública portuguesa, a actuação de agentes como bancos ou agências de *rating*, foram amplamente debatidos na blogosfera e noticiados pelos jornais ao longo de toda a semana. Os outros dois assuntos, mais marcados temporalmente, concentraram-se, sobretudo, no fim dessa semana considerada.

Outros temas comuns entre jornais e blogues, de diferentes áreas ideológicas, foram problemas relacionados com os Censos da população em curso (da responsabilidade do Instituto Nacional de Estatística), as conversações entre o Bloco de Esquerda e o Partido Comunista Português, com vista a uma solução convergente de Esquerda para a governação do País, e questões relacionadas com a pré-campanha eleitoral para as legislativas. É claro que a aproximação entre os partidos de Esquerda foi mais debatida pelos blogues dessa área ideológica, nomeadamente o 5 Dias e o Arrastão, enquanto os blogues mais ligados à Direita apontaram com maior frequência a despesa pública portuguesa como motivo de discussão. O congresso do PS foi debatido por todos, excepto, curiosamente, pelo blogue Jugular.

E de que falaram os blogues nessa primeira semana que não passou pelos jornais? De uma forma mais ocasional do que na abordagem aos temas comuns à imprensa, falaram, por exemplo, do congresso mundial da federação de sindicatos, do problema do arrendamento habitacional, do lançamento de um movimento social anti-austeridade e de um concurso público do Instituto de Conservação da Natureza e da Biodiversidade. A diferença mais significativa

estará numa questão amplamente falada nos blogues analisados, mas pouco abordada na imprensa, e que diz respeito a José Sócrates, então primeiro-ministro de Portugal. Muitos posts atacaram directamente a personalidade e a capacidade de governação de José Sócrates, numa análise mais pormenorizada de aspectos como determinação/teimosia, falar verdade/mentira, responsabilidade/irresponsabilidade e preocupação com a imagem. Apenas o Correio da Manhã falou, por exemplo, em título na “teimosia” do primeiro-ministro e na sua preocupação com a imagem, a propósito da gravação inadvertida da TVI de José Sócrates a debater com o assessor a melhor posição para aparecer na televisão, minutos antes de anunciar o pedido de ajuda externo.

Será ainda interessante analisar alguns temas abordados pelos jornais, mas que não recolheram interesse por parte dos blogues. Um grande ausente é o Presidente da República, apesar de a imprensa dar conta nessa semana de várias tomadas de posição de Cavaco Silva. Outros eventos também assinalados pela imprensa, como a última sessão da Assembleia da República da então legislatura, ou iniciativas da campanha eleitoral dos partidos, são igualmente ignorados na blogosfera, assim como o congresso do PSD/Madeira. De facto, nessa semana, os jornais traziam várias referências a posições assumidas pelos líderes da oposição, principalmente Paulo Portas e Pedro Passos Coelho, em diversas ocasiões de campanha, mas sobre esses momentos isolados pouco ou nada se lê na blogosfera, ainda que as considerações sobre o papel dos partidos nas eleições que então se avizinham não estejam ausentes. Assim, enquanto os jornais vão dando conta das táticas eleitorais dos candidatos, recorrendo ainda de forma significativa à personalização dos eventos e às citações deste ou de outro agente político, a discussão na blogosfera é mais ao nível da estratégia geral. A abordagem é mais sistemática e inclui mesmo reflexões sobre a fundamentação das próprias ideologias, nomeadamente sobre o liberalismo ou socialismo.

Para além de temas diversos, mais ocasionalmente abordados, como futebol, música, cinema ou arte contemporânea, a inclusão de assuntos de carácter internacional é mais errática, parecendo obedecer primariamente a interesses pessoais dos bloggers. A excepção será para a situação no país vizinho, Espanha, também a braços com a crise, e com a realização de um referendo na Islândia sobre a possibilidade de intervenção do Estado para salvar um fundo de investimento. Neste último caso, o assunto foi abordado apenas por três blogues e também nem todos os jornais providenciaram uma cobertura do assunto. Todavia, a Síria, a Líbia ou o Irão,

tratados igualmente pelos jornais, aparecem ocasionalmente nos blogues. As referências internacionais, que não parecem estar relacionadas com as agendas da imprensa portuguesa, encontram-se, por exemplo, no blogue Jugular, que deu conta do assassinato do cineasta israelita Julien Mer-Khamis dois dias antes do Público, o único jornal a noticiar com algum destaque o assunto, e também de questões relacionadas com o abuso de menores em instituições irlandesas. Outros temas abordados pelos blogues e aparentemente desligados da agenda da imprensa portuguesa podem ainda encontrar-se na prisão de Guantánamo ou na existência de meninos-soldados na Venezuela.

A segunda semana mantém o paralelo entre blogues e jornais no que diz respeito aos temas tratados de forma mais intensa: a Taxa Social Única (TSU), os juros cobrados pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) e Fundo Europeu de Estabilização Financeira (FEEF) no empréstimo financeiro a Portugal, o apoio da Finlândia à ajuda a Portugal, os programas eleitorais do PSD e do CDS, os debates televisivos entre candidatos (mas não todos), as ‘gaffes’ de Eduardo Catroga, economista responsável nomeado pelo PSD para acompanhar as negociações com o FMI/FEEF. De âmbito mais local, outro tema tratado igualmente por ambas as plataformas foi a expulsão de activistas de um projecto social da Escola da Fontinha, no Porto, por parte da Câmara Municipal. Há ainda temas marginais quer a blogues, quer a jornais, que encontram uma expressão muito mais reduzida: é o caso da realização de uma assembleia popular chamada “Fórum das Gerações”, apenas abordada pelo blogue 5 Dias e pelo jornal Público.

Apesar desta coincidência de temas, há divergências a assinalar. Os jornais dedicaram igual destaque a todos os debates entre os líderes dos partidos, a propósito das eleições legislativas que se aproximavam, mas os encontros de Jerónimo de Sousa com José Sócrates e com Francisco Louçã não tiveram repercussão nos projectos da blogosfera aqui analisados. Por outro lado, os bloggers discutiram, por exemplo, com alguma relevância a questão da redução da TSU, um tema também recorrente nos jornais. Contudo, há uma diferença significativa: enquanto a blogosfera discutiu de forma mais premente os prós e os contra da medida, as suas consequências e até limitações, a cobertura noticiosa dos jornais incidiu mais sobre a troca de acusações entre personagens políticas a propósito da TSU e das suas implicações nas taxas do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA). Ou seja, o debate na blogosfera foi mais substantivo, com uma abordagem virada à exploração do tema, enquanto os jornais se focaram nos

discursos de actores políticos. Da mesma forma, jornais e blogues abordaram as propostas dos partidos então em campanha eleitoral, nomeadamente os programas do PSD e do CDS. Todavia, enquanto os bloggers comentaram e aprofundaram algumas propostas concretas, nomeadamente em termos de Justiça, Defesa e Segurança ou Educação, a cobertura da imprensa apostou mais nas iniciativas de campanha e em algumas trocas de acusações entre actores políticos.

Outra leitura relevante a extrair desta comparação diz respeito ao potencial de extravasamento do debate blogosférico para os jornais. Por exemplo, a discussão sobre qual seria o partido chamado a governo, independentemente de ser o mais votado nas eleições, começou mais cedo na blogosfera, assim como a eventual necessidade de uma reestruturação da dívida pública portuguesa. O tema da reestruturação acabou por chegar depois aos jornais: no caso do “i” mesmo sem o “gancho” que normalmente legitima a cobertura, como a personalização ou o evento; e no caso do Público e do Jornal de Notícias como uma medida proposta pelo Bloco de Esquerda. A questão de qual seria o partido chamado a votar, debatido no blogue Jugular, foi afluído no dia seguinte pelo DN, e mais tarde na semana abordado também pelo blogue Insurgente. Outro facto digno de registo diz respeito à iniciativa de um blogue, o 31 da Armada, que criou a personagem ‘Vader do Fraque’ para cobrar facturas ao Estado e Governo português devido a erros de governação – que acabou por ser notícia no jornal ‘i’.

De uma forma menos relevante, os blogues introduziram outros temas não cobertos pelos jornais, nomeadamente, a (des)vantagem de uma política de investimento público, a política de energia e a reforma do poder local. Estes assuntos foram tratados obviamente no contexto da campanha eleitoral que decorria, a qual foi abordada pelos bloggers, como já dissemos, mais do ponto de vista da estratégia a desenvolver pelos partidos, do que como reflexão sobre as iniciativas localizadas que iam decorrendo. Nessa semana, encontram-se igualmente várias referências nos blogues à crise financeira e problemas sociais na Grécia, comparando-os com Portugal, numa abordagem que não encontra paralelo na imprensa. E, curiosamente, há ainda algumas críticas ao tipo de cobertura noticiosa e aos comentadores políticos (bloggers incluídos).

A relação entre ambas as agendas é obviamente complexa. Por um lado, existem alguns temas que foram tratados pelos jornais, mas não abordados pelos blogues de uma forma mais sistemática: os resultados e cenários previstos por sondagens, os relatórios de entidades oficiais como o FMI e a Comissão Europeia, os certificados de aforro, a possível subida do IVA sobre a

electricidade, os problemas financeiros e de liderança da Região Autónoma da Madeira. Por outro lado, dois temas mereceram à imprensa uma atenção moderada (ou mesmo, inexistente em alguns jornais) – como a absolvição de um psiquiatra do crime de violação de paciente grávida alegadamente por não ter usado violência contra ela e os negócios ditos ruinosos para o Estado das vias ex-SCUT (descritos numa reportagem da TVI) –, mas foram intensificados pelos blogues, com bloggers de vários quadrantes ideológicos a manifestar indignação perante estes casos em mais que uma ocasião.

Na terceira semana, volta a verificar-se uma coincidência de agenda entre jornais e blogues, embora haja uma diferença significativa: o tema principal dos jornais não chegou à blogosfera aqui analisada. De facto, nesse período, os jornais dedicaram-se intensivamente às negociações que então decorriam entre os partidos PSD e CDS para chegarem a um acordo de governo. Os cinco periódicos analisados dedicaram o principal da cobertura noticiosa política aos encontros, tentando adiantar a distribuição de ministérios pelos dois partidos, possíveis nomes para os ministros e avançar com as dificuldades e os constrangimentos do acordo. Sobre estes bastidores das negociações os blogues não falaram nada. A constituição do novo governo só é abordada pelos blogues analisados quando os nomes que vão ocupar os diferentes ministérios são oficialmente conhecidos. E, no fim, encontramos mesmo alguma crítica, em blogues como Blasfémias e Insurgente, à forma como a imprensa abordou o assunto, nomeadamente sobre a qualificação que apresenta do novo Executivo.

Apesar desta divergência relevante, a coincidência de agendas entre blogues e jornais é notória em outros temas: liderança do Partido Socialista, que iria então ser escolhida; eleição ou não de Fernando Nobre, eleito pelo PSD, como presidente da Assembleia da República; divergências internas no Bloco de Esquerda, na sequência dos maus resultados eleitorais do partido nas legislativas que então tinham decorrido; os problemas levantados pelo Partido Socialista com os votos de emigrantes no Brasil e a possível impugnação do acto eleitoral; questões apresentadas pelo relatório do Observatório de Sistemas de Saúde; e o caso de futuros magistrados do Centro de Estudos Judiciários que foram apanhados a copiar. No plano internacional, encontra-se também um paralelo em algumas notas sobre a situação na Síria e, sobretudo, sobre as manifestações dos “Indignados” em Barcelona, que tentaram impedir os deputados eleitos de entrarem no parlamento da Catalunha. É claro que a posição dos blogues face a estes protestos é diferente, consoante a ideologia do blogue: Blasfémias e Insurgente, e mesmo o Jugular,

criticaram a violência nos acontecimentos e a tentativa de barrar deputados eleitos democraticamente, enquanto o 5 Dias defendia o movimento, dando ainda eco a outras manifestações internacionais de indignação.

As divergências de temas entre jornais e blogues encontram-se ainda em casos particulares, como a não publicação de artigo de opinião do brigadeiro Pezarat Correia, que questionava a escolha de Paulo Portas como possível ministro do novo governo, pelo Diário de Notícias (o que eventualmente veio a acontecer mais tarde); assuntos relacionados com a agricultura e a sua importância na economia nacional; e medidas de justiça fiscal. Outro tema também tratado de forma mais regular pelos blogues, em comparação com os jornais, diz respeito às privatizações a levar a cabo pelo Estado português e a questão da perda dos centros de decisão nacionais. O “i” e o Diário de Notícias (ambos a partir de uma peça da Lusa) abordaram o assunto no primeiro dia da semana analisada, a propósito da manifestação de preocupações por parte de empresários. Os blogues dedicaram-lhe mais atenção, nomeadamente no que diz respeito à questão da privatização de empresas como a RTP. Outro assunto onde os periódicos e os blogues divergiram diz respeito à questão da Europa: enquanto jornais dedicaram espaço à reunião dos ministros das Finanças europeus a propósito da situação financeira difícil da Grécia, os blogues debateram a viabilidade do projecto de construção da União Europeia e o seu futuro. Existem ainda alguns temas abordados isoladamente na blogosfera analisada que dizem respeito ao liberalismo e vantagens do mercado livre, acções do Instituto de Emprego e Formação Profissional face aos próprios formadores, energias alternativas e comunismo. Um tema que foi seguido de perto apenas por um blogue, o 5 Dias, e que tem a ver com a detenção de activistas no evento da “Acampada” de Lisboa, encontrou eco igualmente em somente uma publicação, o Público.

Finalmente, encontramos também alguns temas abordados pelos jornais que não são debatidos nos blogues: é o caso das subvenções a atribuir pela Assembleia da República a deputados que não voltaram ao Parlamento; das intervenções do Presidente da República; dos problemas do ainda ministro da Justiça Alberto Martins com a justiça, a propósito da situação profissional da sua mulher; da proposta do PSD de criar um modelo de polícia única; e a criação de um observatório de corrupção por parte de uma organização não governamental.

A quarta semana em análise, a última de Julho, não foge à tendência evidenciada nas semanas anteriores sobre a coincidência entre ambas as agendas. Os temas principais dos blogues

passaram também pelos jornais, nomeadamente os atentados terroristas na Noruega, o fim das *golden shares* em empresas portuguesas, as questões que envolviam os serviços secretos portugueses, as nomeações do governo na Caixa Geral de Depósitos, o facto de a banca portuguesa querer renegociar as condições do apoio a prestar-lhe pelo Estado e o desfasamento entre ricos e pobres, a propósito da publicação da lista dos milionários portugueses pela revista “Exame”. Houve, contudo, outros temas mais amplamente convocados pela imprensa que não recolheram cobertura nos blogues, como a antecipação e realização do primeiro debate parlamentar entre o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho, e o recém eleito líder da oposição, José António Seguro, ou a apresentação pelo governo de um *site* na Internet onde seriam listadas as nomeações para cargos públicos e em empresas estatais. Os problemas de liderança no PS/Porto não mereceram igualmente a atenção dos blogues que também não se debruçaram sobre a indefinição no grupo parlamentar socialista a propósito do seu próximo líder. Os jornais falaram ainda sobre as negociações em curso, no âmbito da concertação social, para a constituição de um fundo de apoio ao despedimento pelas empresas – de que os blogues não falaram, excepto o Insurgente, mas apenas para desafiar a natureza da concertação social e não para discursar sobre o fundo. Os jornais apresentaram ainda a proposta de uma organização não-governamental para monitorizar a corrupção, mas o tema não mereceu atenção por parte dos blogues.

Os temas apenas abordados pelos blogues são em menor número nesta quarta semana, quando comparados com os das semanas anteriores – um facto que se poderá explicar pelo período em causa, vésperas de Agosto. Ainda assim, houve blogues a questionar um diploma publicado para regular o acesso a profissões, a relação das patentes com a inovação, a justificação ideológica do liberalismo e também da Esquerda e a saída de Portugal da moeda única. Os blogues dedicaram ainda mais atenção que os jornais a um debate realizado na SIC-Notícias entre Alfredo Barroso e Teresa Caeiro, onde foram trocados alguns insultos.

10.3.2. Tematização na blogosfera e na imprensa

Apesar da concentração dos blogues analisados e da imprensa nos mesmos assuntos, é evidente que existem diferenças assinaláveis. Os jornais revelam uma muito maior institucionalização da política, no sentido em que privilegiam personagens e actos de um cenário

dominado pelas instituições formais: partidos políticos, Assembleia da República, Presidente da República, recorrendo ainda de forma muito premente à personalização dos eventos e às citações. Esta perspectiva obriga a uma apresentação táctica da política: as manobras a cada momento, com o jogador à cabeça. A política é muitas vezes retratada como uma sequência de eventos, em que cada dia é apresentado um episódio, privilegiando a acção: é o caso das campanhas eleitorais, das eleições de lideranças partidárias, das posições assumidas pelos protagonistas políticos a propósito de assuntos em agenda, como a TSU, as nomeações para a CGD, propostas políticas ou iniciativas governamentais. A reflexão política ou ideológica é muito menos frequente e, quando acontece, precisa por regra de um qualquer pretexto: um estudo, uma entrevista, um livro. A iniciativa dos jornais nesta matéria é mais rara.

Os blogues, pelo contrário, não dedicam por norma importância a iniciativas individuais de campanha, preferindo abordar estrategicamente o papel de cada partido e a sua actuação no campo político. Por outro lado, a propósito dos assuntos em agenda, os blogues preferem analisar a sua substância, as vantagens e as desvantagens, a sua fundamentação ideológica. Não há relevância dada às instituições, nomeadamente à Presidência da República ou ao Parlamento. Este último caso é particularmente significativo, conquanto a Assembleia da República deveria ser o local por excelência do debate e da deliberação pública – a localização específica do papel que a blogosfera política assume enquanto espaço de reflexão. Contudo, é um espaço físico e mental ausente dos blogues. Privilegiando uma função de interpretação dos acontecimentos, os bloggers tendem ainda, mais do que a imprensa, a promover a ligação entre diferentes assuntos (mesmo através de links cruzados para diferentes notícias de jornais), relacionando assuntos e lembrando outras intervenções, às vezes incoerentes, dos agentes políticos.

O paralelismo de agendas entre blogues e jornais encontra-se, sobretudo, em questões do foro da política mais formal: o pedido de ajuda externa financeira, a eventual implementação de uma redução na TSU, etc. Mas quando os jornais contam – normalmente com recurso a fontes ‘próximas’, não identificadas – os bastidores da política (como aconteceu no caso das negociações para a formação de governo ou a preparação do primeiro debate parlamentar entre Pedro Passos Coelho ou José António Seguro), esse tema não entra na agenda dos blogues. E, neste sentido, não parece que os jornais tenham um efeito de *agenda-setting* sobre os blogues, o que foi evidenciado de forma particular nas terceira e quarta semanas do período analisado. A

observação aqui providenciada também não permite tirar ilações sobre uma eventual influência directa da agenda dos blogues nos temas tratados pelos jornais, ou vice versa. De facto, a relação será muito mais complexa, multidireccional, envolvendo ainda agentes políticos da vida formal e institucional que participam, em alguns casos, nos três palcos aqui considerados – blogues, jornais e vida política partidário-institucional.

Finalmente, é ainda evidente que, apesar da coincidência de todos os blogues, ocasionalmente com uma ou outra excepção, nos temas mais relevantes dessa semana, cada um tem sua própria identidade e a sua agenda. O Insurgente e o 5 Dias, por exemplo, serão os blogues mais ideológicos, no sentido em que mais marcadamente proporcionam uma reflexão sobre os fundamentos da sua reflexão. O 5 Dias é ainda o blogue com maior tendência a interpelar e a apelar à acção, dando grande relevo aos movimentos sociais, como os Indignados, assembleias populares ou a Acampada. O Jugular tem ainda temas próprios, nomeadamente a questão dos abusos sexuais cometidos pelo clero na Irlanda ou a promoção da arte contemporânea. O Arrastão terá sido o espaço que mais defendeu a reestruturação da dívida pública portuguesa, assim como o que mais relacionou a crise com a actuação do sector financeiro nacional. O Blasfémias dedica particular escrutínio à actuação do Estado e ao papel que este assume na vida privada e na economia nacional. Finalmente, o 31 da Armada será o que tem uma postura mais humorística, privilegiando a ironia e as ‘bocas’, mais que reflexões com maior profundidade ou dimensão.

10.4. O enquadramento – blogues e jornais em confronto

Analizadas comparativamente as agendas de temas de blogues e jornais de forma a perceber a contribuição que blogues podem proporcionar em termos da promoção do pluralismo e da diversidade, o tratamento que estes diferentes *media* providenciam a propósito dos assuntos debatidos no espaço público pode agora ser aprofundado. Como vimos, interessa perceber se a blogosfera portuguesa contribui para esse espaço público com intervenções diferenciadas (mesmo a propósito dos mesmos temas). Para esta análise, não propomos, *a priori* categorias de análise para “ler” ambos os discursos, que deverão, sim, resultar do exame desses discursos, para que estes possam ser descritos e interpretados.

Nesse sentido, foram escolhidos dois temas tratados quer por jornais, quer em blogues, durante o período em análise, de forma a perceber se existem abordagens diferentes e em que domínios. A escolha dos temas privilegiou o facto de serem de diferentes planos geográficos (nacional e internacional), assim como a circunstância de terem sido ambos um alvo privilegiado de blogues e jornais. No que diz respeito ao tema nacional, o pedido de ajuda externo financeiro do Estado português foi o assunto mais forte e, no plano internacional, os atentados terroristas na Noruega recolheram igualmente uma atenção generalizada – com a particularidade, no que diz respeito à blogosfera, de ter potenciado um diálogo entre blogues através de posts e respostas entre alas ideológicas diferentes.

10.4.1. Primeiro caso: O pedido de ajuda externo ao FMI/FEEF

A 6 de Abril de 2011, o primeiro-ministro de Portugal, José Sócrates, comunicou ao país a intenção do governo em solicitar ajuda externa financeira, recorrendo a mecanismos de empréstimos do Fundo Monetário Internacional (FMI) e Fundo Europeu de Estabilização Financeira (FEEF). O pedido de resgate financeiro surgiu na sequência de dificuldades de financiamento do país nos mercados financeiros e da subida drástica dos juros da dívida pública portuguesa. A eventualidade de ser necessário o recurso a mecanismos de financiamento por parte de instituições internacionais era debatida já nos meios políticos e jornalísticos, pelo que o assunto era já abertamente discutido ainda antes de 6 de Abril – o terceiro dia da primeira semana analisada.

Nesse sentido, jornais e blogues dedicaram uma ampla cobertura ao pedido de ajuda financeira externa, ainda antes da comunicação do primeiro-ministro. A cobertura dos jornais é obviamente mais intensa a partir do anúncio, com destaques especiais nas edições analisadas de quinta-feira a domingo, mas antes da comunicação ao país a eventual necessidade de um resgate financeiro é abordada na imprensa a propósito de declarações de actores políticos (de partidos da oposição, de membros do Conselho de Estado e do próprio primeiro-ministro) e também de actores económicos, nomeadamente ligados à banca portuguesa. A imprensa dá conta, por exemplo, na edição de 6 de Abril, da pressão da banca, já sem liquidez para continuar a conceder crédito ao Estado português, para um pedido de ajuda financeira.

A partir da oficialização do pedido de resgate financeiro, os jornais dão crescentemente conta dos pormenores do pedido – quem foram as instituições envolvidas, os bastidores de alegadas negociações prévias com a Comissão Europeia, e até as horas a que terá sido enviado o pedido às instituições internacionais que iriam conceder os empréstimos. As atenções focaram-se depois nas condições e consequências de um recurso ao resgate financeiro, nomeadamente em termos das perspectivas de austeridade para o país, como aumento de impostos, liberalização do mercado laboral e outros “sacrifícios” a serem pedidos aos cidadãos portugueses. No final da semana, as atenções da imprensa viram-se para a reunião de ministros das finanças da zona Euro e o facto de a Comissão Europeia querer envolver os partidos da oposição nas negociações relativamente às condições do empréstimo a Portugal – com o então governo (demissionário) a recusar estabelecer a ponte.

A cobertura oferecida pelos jornais analisados privilegia assim uma perspectiva factual, dando conta dos pormenores do processo, do discurso do primeiro-ministro, das intervenções de líderes políticos (de partidos e do Presidente da República), de timings (de chegada do “dinheiro” ou dos elementos da “troika” que vão realizar as negociações das condições do empréstimo). Se fala da dívida pública portuguesa, é a propósito de um leilão e para dar conta de números – de obrigações, de juros, etc. A imprensa tenta igualmente antecipar as eventuais consequências do pedido de ajuda (em termos de recessão, impostos, legislação laboral e privatizações de participações ou empresas públicas) e promovem um salto ao passado, relembrando o ano de 1983, em que o FMI também foi chamado a intervir em Portugal. Refere, mais ocasionalmente, as experiências actuais de intervenção das mesmas instituições internacionais em outros países (Irlanda e Grécia). Outra inclusão internacional passa pelos receios de um eventual contágio da crise à vizinha Espanha.

Para além destas abordagens, apenas duas notas devem ser registadas em termos da (não) cobertura noticiosa dos jornais portugueses: a de que, exceptuando uma peça da edição de domingo do Correio da Manhã (que atribui ao primeiro-ministro a culpa de maiores encargos com juros por parte do Estado português devido ao “atraso” no pedido de ajuda), não há responsabilizações na cobertura providenciada pelos jornais face à difícil situação financeira nacional nem peças de enquadramento para explicar o défice português; nem há referência generalizada à “gaffe” do primeiro-ministro que foi filmado, momentos antes da comunicação ao

país, mostrando-se preocupado com a sua imagem e melhor enquadramento televisivo – com excepção de duas notas publicadas pelo Correio da Manhã e pelo “i”.

Os blogues, na semana em análise, abordaram igualmente a questão da ajuda externa do FMI/FEEF de forma ampla, mas o diálogo entre os projectos de diferente ideologia não foi muito aceso e registou poucas interacções. Os blogues constituem o espaço onde mais frequentemente são convocados com destaque casos do panorama internacional (como Irlanda ou Grécia e ainda a Islândia) ou leituras internacionais da situação em Portugal. Existe, todavia, uma abordagem diferente nos blogues consoante a sua ideologia, ainda que o objectivo da maioria dos posts seja semelhante: enquadrar/explicar a situação financeira do país, identificando os responsáveis. A preocupação é muito mais fornecer interpretações, também em termos das implicações do pedido de ajuda nas estratégias eleitorais dos diferentes partidos, e muito menos providenciar factos – ainda que alguns sejam inevitáveis, como o pedido oficial, o comportamento dos juros da dívida pública, a reunião do conselho de ministros das Finanças da Comissão Europeia.

Assim, nos blogues mais próximos da Esquerda (5 Dias e Arrastão), a discussão centrou-se no papel (culpado) da banca e das instituições de capital financeiro e no facto de a intervenção externa apenas vir a beneficiar a banca e os credores, tendo como contraponto uma difícil situação para os portugueses. Contudo, enquanto o 5 Dias apelava à luta e união dos trabalhadores contra o FMI/FEEF, o Arrastão preferiu centrar a sua contribuição no papel do Estado, nomeadamente a defesa da reestruturação da dívida pública portuguesa (também abordada, ainda que menos frequentemente, pelo 5 Dias) e também na imagem de luta do “Não pagamos” (a dívida aos credores). Este último blogue usou frequentemente a situação actual da Irlanda e da Grécia para justificar a sua oposição ao empréstimo financeiro externo. O Arrastão e o 5 Dias referiram ainda a posição da Islândia, onde iria ser votado em referendo um eventual apoio do Estado a um fundo de investimentos falido (Icesave) – que também foi referido pelos blogues Insurgente e Blasfémias.

O Jugular (um blogue mais próximo do Partido Socialista então ainda no poder) centrou a sua intervenção na necessidade de uma nova legitimidade eleitoral para tomar decisões em matéria de ajuda externa (justificando assim um adiamento de um pedido de ajuda financeira externa até à realização do próximo acto eleitoral) e foi o único a subscrever uma defesa do então primeiro-ministro, com a tese de que a aprovação do Plano de Estabilidade e Crescimento IV (chumbado

pela oposição) poderia ter evitado a intervenção de instituições externas e com a convocação de uma complexidade internacional a nível sócio-político para justificar a crise nacional. Esta posição foi rebatida pelo blogue Insurgente, o mesmo que, ao longo desta semana, foi subscrevendo posições do Blasfémias e mostrou a sua oposição às oposições de Daniel Oliveira, do Arrastão, relativamente ao “Não pagamos”.

Mais à Direita, os blogues Blasfémias, 31 da Armada e Insurgente, centraram “armas” numa figura, a do primeiro-ministro José Sócrates – que esteve curiosamente muito mais ausente nas intervenções dos blogues mais ligados a ideologias de Esquerda. Nestes projectos, encontramos assim uma “individualização” da responsabilidade. De facto, nos blogues liberais ou de Direita há um alvo preferencial para “culpar” pela difícil situação do país: o primeiro-ministro (e o seu governo, em particular, o ministro das Finanças), que é retratado de forma generalizada como “mentiroso”¹⁰¹, “irresponsável”¹⁰², “incompetente”¹⁰³ e “obcecado pela imagem”¹⁰⁴. De uma maneira geral, estes blogues relacionaram a prestação e desempenho do primeiro-ministro com o aumento da dívida pública nacional e exploraram ainda matérias como a despesa pública, a sustentabilidade do Estado Social e do actual modelo político-social, assim como o papel dos impostos e do crescimento económico.

Os blogues (de uma maneira geral, mais os de Direita) recorreram ao humor e à ironia para abordar o assunto, como podemos ver, por exemplo, no post do 31 da Armada do dia 4 de Abril “Vamos ser práticos”: “três vezes em trinta anos. os governos socialistas já têm experiência a mandar vir o FMI. devem ter o template feito e tudo”¹⁰⁵. Ou então, no post do Insurgente do dia 6 de Abril, “Psicologia barata”: “Desmentir é confirmar”¹⁰⁶. Os blogues partilharam ainda uma analogia entre a situação do país e o primeiro-ministro com a economia e os jogadores de

¹⁰¹ Ver, por exemplo, <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4933969.html> ou <http://blasfemias.net/2011/04/06/6-anos-de-socrates/>

¹⁰² Ver, por exemplo, <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4935537.html>

¹⁰³ Ver, por exemplo, <http://blasfemias.net/2011/04/08/incompetentes-3/> ou <http://oinsurgente.org/2011/04/06/gloriosamente-incompetentes-ate-ao-fim/>

¹⁰⁴ Ver, por exemplo, <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4936728.html> ou <http://oinsurgente.org/2011/04/09/socrates-e-o-fmi-2/>

¹⁰⁵ <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4926415.html>

¹⁰⁶ <http://oinsurgente.org/2011/04/06/psicologia-barata/>

casino¹⁰⁷, ao mesmo tempo que exploraram de forma muito significativa a “gaffe” do primeiro-ministro face à TVI antes da comunicação oficial ao país sobre o pedido de intervenção externa.

10.4.2. Segundo caso: Atentados terroristas na Noruega

A 22 de Julho de 2011, Anders Breivik fez explodir uma bomba junto da sede do governo norueguês, em Oslo, matando oito pessoas. De seguida, dirigiu-se à ilha de Utoya, onde decorria um acampamento do Partido Trabalhista e atirou sobre os jovens, matando indiscriminadamente 69 pessoas. A maioria das vítimas tinha entre 14 e 18 anos. Detido pela polícia, confirmou a autoria dos crimes, justificando a sua acção com o multiculturalismo e a necessidade de, alegadamente, defender a Europa do Islão e dos imigrantes.

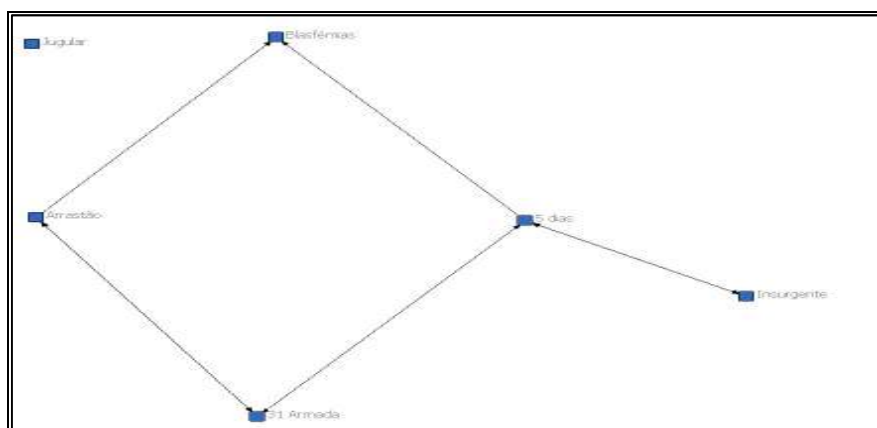
Este caso foi tratado pelos jornais de forma sistemática. Na semana analisada (de 25 a 31 de Julho), todos os jornais fizeram a cobertura do caso todos os dias de edição (com excepção do JN, no que diz respeito a domingo, 31 de Julho). O Público foi o único jornal com uma enviada especial à Noruega e o único que, portanto, publicou reportagens do local. De uma maneira geral, os jornais providenciaram relatos factuais dos acontecimentos na Noruega, centrando-se na audição em tribunal do autor confesso dos actos terroristas, em pormenores do extenso manifesto que ele publicou na Internet e enviou por correio electrónico pouco antes de perpetrar os atentados, nas homenagens às vítimas, na reacção da população local e na actuação das autoridades norueguesas. Nas diversas peças publicadas, evidenciam-se poucas abordagens que visem enquadrar o acontecimento e interpretá-lo. O ‘i’ foi a publicação que mais procurou (com artigos nos dois primeiros dias da semana analisada) explicar os atentados com recurso à exploração dos riscos do extremismo político, nomeadamente da extrema-direita, mostrando dados dessas organizações políticas na Europa e entrevistando especialistas na área. Contudo, logo a partir de terça-feira, os jornais começaram a publicitar a tese do “lobo solitário”, como a de um homem que agiu sozinho, para rapidamente se transformar em “louco solitário” ou “monstro” (JN, 29/97/2011) – o que conferiu a este caso uma interpretação centrada na personalidade de Anders Breivik (que terá, nomeadamente, actuado drogado e simulado os ataques em jogos online).

¹⁰⁷ Ver <http://31daarmada.blogs.sapo.pt/4943495.html>, <http://5dias.net/2011/04/09/economia-de-casino/> ou <http://blasfemias.net/2011/04/06/jogador-de-casino/> e <http://blasfemias.net/2011/04/07/noticias-do-jogador-de-casino/>

A única publicação que insistiu na dicotomia tolerância versus multiculturalismo (mas muito menos nos extremismos políticos) como contexto geral para os acontecimentos foi o Público que chegou a titular uma eventual culpabilização dos líderes europeus por um falhanço na promoção de um espaço aberto a culturas diferentes. Foi também o jornal que mais abordou a afirmação de tolerância por parte dos políticos noruegueses e que apresentou algumas das jovens vítimas dos atentados (assim como o DN), e ainda uma reportagem local com imigrantes islâmicos na Noruega. O Correio da Manhã, por seu lado, foi o jornal que menos espaço dedicou à cobertura do caso e o que mais privilegiou a abordagem nacional, nomeadamente dando conta das movimentações da polícia judiciária portuguesa para detectar eventuais contactos de Anders Breivik com cidadãos ou organizações locais (também largamente explorada pelo Jornal de Notícias). O DN deixou a análise dos acontecimentos a alguns artigos de opinião publicados junto às notícias sobre o caso, privilegiando uma abordagem factual, centrada sobretudo no que se passava na Noruega. Dois artigos de opinião são assinados por um colaborador para a área do internacional, Bernardo Pires de Lima, curiosamente um blogger do União de Facto, e um terceiro artigo é assinado por José Adelino Maltez, também blogger do Albergue Espanhol.

Os seis blogues analisados dedicaram igualmente grande atenção aos acontecimentos, ainda que a abordagem não seja tão sistemática como a da imprensa. Os blogues que mais postaram sobre o assunto correspondem a projectos de Esquerda, nomeadamente o 5 Dias e o Jugular – com posts em seis dos setes dias analisados. Os blogues mais relacionados com a Direita postaram menos regularmente sobre o tema, sendo o Blasfémias o que menos atenção lhe dedicou. As hiperligações a meios de comunicação portugueses nos posts que versaram sobre os atentados da Noruega são pouco frequentes, havendo mais regularmente links para outros meios de comunicação ou *sítes* não portugueses. Todavia, há uma hiperligação forte entre os blogues aqui analisados. De facto, os atentados na Noruega suscitaram um debate aceso entre os bloggers, em particular entre bloggers de diferentes áreas ideológicas. Como podemos verificar na imagem 10.1. que representa as interacções na nossa amostra representadas pelos links, não há ligações directas entre blogues com semelhantes posições ideológicas (Jugular/ 5 Dias/ Arrastão e Blasfémias/Insurgente/31 da Armada), ainda que existam citações ao Arrastão sem hiperligação por parte do 5 Dias. O Jugular, apesar de postar com frequência sobre o tema, não foi linkado por nenhum outro blogue. O 5 Dias surge como um actor central nestas interacções, linkando para os três blogues de Direita – mas apenas recebendo respostas do Insurgente e do 31 da Armada. Este último teve ainda um diálogo com o Arrastão.

Figura 10.1. – Demonstração gráfica das interacções entre os seis blogues analisados



E que significam estas interacções? Que conteúdo lhes deu substância? Sobretudo uma tentativa, por parte do 5 Dias, em afirmar os actos de Anders Breivik como sendo políticos e parte de uma estratégia da Extrema Direita. A resposta dos blogues de Direita incidia mais sobre o facto de «o inimigo» não estar «no exterior», havendo também xenofobia no interior da Europa, e que não haveria grandes diferenças entre este terrorismo e o terrorismo islâmico. De facto, a discussão na blogosfera conseguiu trazer para o palco do debate as relações com outras formas de terrorismo e as incompreensões ocidente/oriente. O blogger Sérgio Lavos do Arrastão, por exemplo, responde assim a Francisco Mendes da Silva, do 31 da Armada: “E certamente o Francisco concordará comigo se eu disser que a agressividade do mundo islâmico em relação ao Ocidente é, em parte, resultado directo da violência exercida sobre os países árabes. Violência em forma de ocupação territorial – como é o caso da presença de Israel na Palestina –; violência de guerras preventivas que pouco ou nada ajudam à pacificação do Médio Oriente – como é o caso do Iraque; e violência exercida indirectamente, por via do apoio que as democracias ocidentais dão às petroditaduras do Golfo”¹⁰⁸.

Ainda que condenando quem vê a morte como argumento político¹⁰⁹, o Arrastão¹¹⁰ não deixou de responder com ironia à provocação do Blasfémias relativamente à execução de dois palestinianos por supostamente colaborarem com Israel, num post intitulado «Tudo silencioso na frente ocidental”, onde escrevia “Mas eis que, shhh, uma mosca se ouve. [link para o blogue

¹⁰⁸ <http://arrastao.org/2315561.html>

¹⁰⁹ <http://arrastao.org/2315327.html>

¹¹⁰ <http://arrastao.org/2316207.html>

Blasfémias] Realmente, estes sacanas dos islâmicos, tsc, tsc.” A circunstância de os blogues de Direita terem sido pouco activos na discussão do atentado levou também o 5 Dias a criticar o facto de alegadamente ignorarem o assunto, afirmando que “o Blasfémias e o Insurgente são, em Portugal, os blogues preferidos de Anders Breivik e o CDS, claro, o único partido que lhe merece respeito”¹¹¹. O 5 Dias entrou também no paralelo com situações vividas em outros lados do mundo, afirmando ainda que “a guerra do Iraque e do Afeganistão, bem como a limpeza étnica em curso na Palestina, são bem mais violentas do que os atentados na Noruega. A esquerda, mesmo a armada, costuma ser mais criteriosa a evitar vítimas inocentes”.¹¹²

Uma posição que mereceu severas críticas por parte de blogues de Direita, como o Insurgente e o 31 da Armada, que a consideram como uma manifestação de contentamento pelo facto de o terrorista de Oslo ser de Direita em detrimento da lamentação pelas vítimas. “No 5 Dias [link para o blogue] continua-se a dançar alegremente sobre os sepulcros das 76 pessoas mortas na Noruega. O motivo para as celebrações é o facto de o terrorista ser, desta vez, de direita. Esta atitude miserável não surpreende vinda do blog que num primeiro momento festejou efusivamente o atentado [link para o 5 Dias]”, escrevia o Insurgente¹¹³, considerando perigosa a alegada postura de apelo à violência deste projecto de Esquerda.

Como podemos verificar, o debate sobre os atentados na blogosfera deixou de lado os factos, pormenores e informações sobre o atentado e acontecimentos subsequentes, centrando-se sobretudo na tentativa de imposição de um enquadramento para os factos: um acto criminoso, de acordo com os blogues de Direita, ou um acto político – de acordo com a posição de blogues como o 5 Dias. E mesmo sem classificar directamente os acontecimentos da Noruega como sendo acontecimentos de natureza política, os outros blogues de Esquerda aqui analisados (o Jugular e o Arrastão) alinharam com o 5 Dias nas reflexões sobre o fundamentalismo cristão, ligando-o a Anders Breivik. Também por isto, o 5 Dias foi o blogue que mais resistiu à tese da

¹¹¹ <http://5dias.net/2011/07/27/borghesio-e-un-borghese-sera-que-como-breivik-tambem-aprecia-a-helena-matos-o-andre-azevedo-alves-e-o-cds/>

¹¹² <http://5dias.net/2011/07/27/musica-para-os-tempos-que-correm-v-sexo-drogas-feminismo-distorcao-e-carlos-guimaraes-pinto/>

¹¹³ <http://oinsurgente.org/2011/07/27/anders-breivik-e-5-dias-a-violencia-como-o-ponto-em-que-os-extremos-se-tocam/>

loucura ou do “lobo solitário” para explicar o terrorista norueguês, defendendo, nomeadamente, que a Noruega não é o país tolerante retratado em vários artigos de opinião¹¹⁴.

O blogue Jugular manteve-se isolado deste debate (não linkando para outros blogues, nem sendo objecto de qualquer hiperligação de nenhum outro blogue em análise), como se pôde ver na imagem 10.1., manifestando posições distintas das que foram atrás expostas. Duas linhas de intervenção marcaram os posts nessa semana: a lamentação pelas vítimas (a partir também de ligações com a imprensa portuguesa, mas não só) e contentamento pela reacção dos noruegueses e das autoridades (nomeadamente, pela defesa da tolerância)¹¹⁵, por um lado; e críticas às reacções dos fundamentalistas cristãos e/ou de extrema-direita (sobretudo norte-americanos), aos atentados¹¹⁶. No blogue encontra-se ainda um texto de carácter mais ideológico¹¹⁷, nomeadamente sobre o facto de a civilização ocidental ser caracterizada pelo medo – numa posição mais reflexiva que também se encontra no Arrastão¹¹⁸ e no Blasfémias¹¹⁹.

É ainda interessante analisar que, ao contrário da maioria da cobertura noticiosa providenciada pelos jornais portugueses, Anders Breivik não é uma personagem central na blogosfera que debate os acontecimentos de Oslo e é poucas vezes invocada nos posts publicados. Está ausente da maioria das reflexões e pouca da profusa informação que foi sendo veiculada sobre o terrorista, a sua personalidade ou vida, foi incorporada no discurso ou pretexto para posts e comentários. O debate em causa na blogosfera incidiu mais genericamente sobre o fenómeno do terrorismo, mas muito pouco sobre o terrorista em causa.

10.4.3. Categorizando as diferenças entre blogues e jornais

Da leitura dos discursos de jornais e blogues relativamente aos dois casos analisados anteriormente, é possível extrair algumas categorias que permitem a descrição de regularidades identificadas. Como vemos, não há homogeneidade nas interpretações proporcionadas pelos blogues relativamente aos dois casos aqui mostrados – as divergências ideológicas são até bem

¹¹⁴ <http://5dias.net/2011/07/29/a-noruega-nao-e-um-exemplo-de-tolerancia-de-democracia-e-de-respeito-pelos-direitos-humanos/>

¹¹⁵ Ver, por exemplo, <http://jugular.blogs.sapo.pt/2776485.html>

¹¹⁶ Ver, por exemplo, <http://jugular.blogs.sapo.pt/2776183.html>

¹¹⁷ <http://jugular.blogs.sapo.pt/2777211.html>

¹¹⁸ <http://arrastao.org/2315327.html>

¹¹⁹ <http://blasfemias.net/2011/07/29/terroristas/>

demarcadas. Pelo seu lado, os jornais até poderão ser mais coincidentes em termos dos factos que apresentam, ainda que haja, obviamente, divergências em termos da abordagem. De que forma podemos então ler as diferenças entre jornais e blogues? A resposta a esta questão é dada pelas categorias distintivas que propomos de seguida, que visam permitir o olhar e a descrição dos discursos de blogues de jornais. Contudo, essas não demarcam realidades estanques, antes um *continuum* de posicionamento face aos extremos das variáveis consideradas para cada categoria.

Assim, existe, logo à partida, uma divergência importante já evidenciada na descrição da abordagem de blogues e jornais nos casos estudados: enquanto os jornais privilegiam os factos, os últimos acontecimentos, as últimas declarações de agentes políticos, os blogues preferem interpretar e enquadrar os dados e os factos. Isto não significa que blogues não possam providenciar factos (até como fonte secundária de matérias primeiramente divulgadas em *sites* noticiosos) ou que os jornais não apresentem também peças que permitam interpretar acontecimentos, mas essa não é a prioridade. Quer em relação ao pedido de intervenção externa do FMI/FEEF, quer em relação aos atentados na Noruega, os jornais apostaram em relatos que privilegiaram dados objectivos, enquanto os blogues empreenderam uma demanda pela interpretação e enquadramento ideológico dos temas.

Como consequência da prioridade aos factos, os jornais tendem a fornecer retratos com um enfoque localizado no acontecimento em questão: no pedido de ajuda externa (com pormenores sobre a hora e quem foi informado, nas reacções ao pedido por parte da oposição, na posição da Comissão Europeia) e nos acontecimentos em Oslo e na figura de Anders Breivik (com aprofundamento das reacções dos noruegueses e das autoridades, com detalhes da preparação do ataque e com relatos sobre as vítimas). O enfoque dos blogues é relacional: confronta os atentados da Noruega com o terrorismo islâmico, a ocupação da Palestina, a guerra no Iraque e no Afeganistão; e relaciona ainda o pedido de ajuda com iniciativas políticas anteriores (crescimento do Estado Social ou aposta nas Parcerias Público-Privadas) e com as futuras estratégias eleitorais dos partidos, face às legislativas que se aproximavam.

Este enfoque localizado acaba por se reflectir ainda no contexto que é dado ao acontecimento pelos relatos produzidos. Os jornais tendem a adoptar um contexto mais restrito: aquele em o acontecimento tem lugar, alargado apenas (quando se proporciona) ao contexto português. Por exemplo, relativamente aos atentados de Oslo, os jornais falaram da Noruega, com uma

pequena abertura à Europa, e das possíveis ligações a Portugal (sobretudo os jornais mais populares como o Jornal de Notícias ou o Correio da Manhã). Já os blogues optam mais frequentemente por um registo internacional na contextualização dos factos: falaram das reacções norte-americanas aos atentados, das suas ligações a guerras e actos terroristas em outros pontos do mundo. Mesmo no caso do pedido de ajuda externa ao FMI/FEEF, que se prestaria a interpretações nacionais do contexto de intervenção, os blogues mais facilmente dão conta de reacções em outros pontos do mundo através de ligações à imprensa internacional (desde a CNN e a Economist à Aljazeera) e *sítes* estrangeiros de debates ideológicos (como, por exemplo, a democracynow.com ou misesinstitute.com).

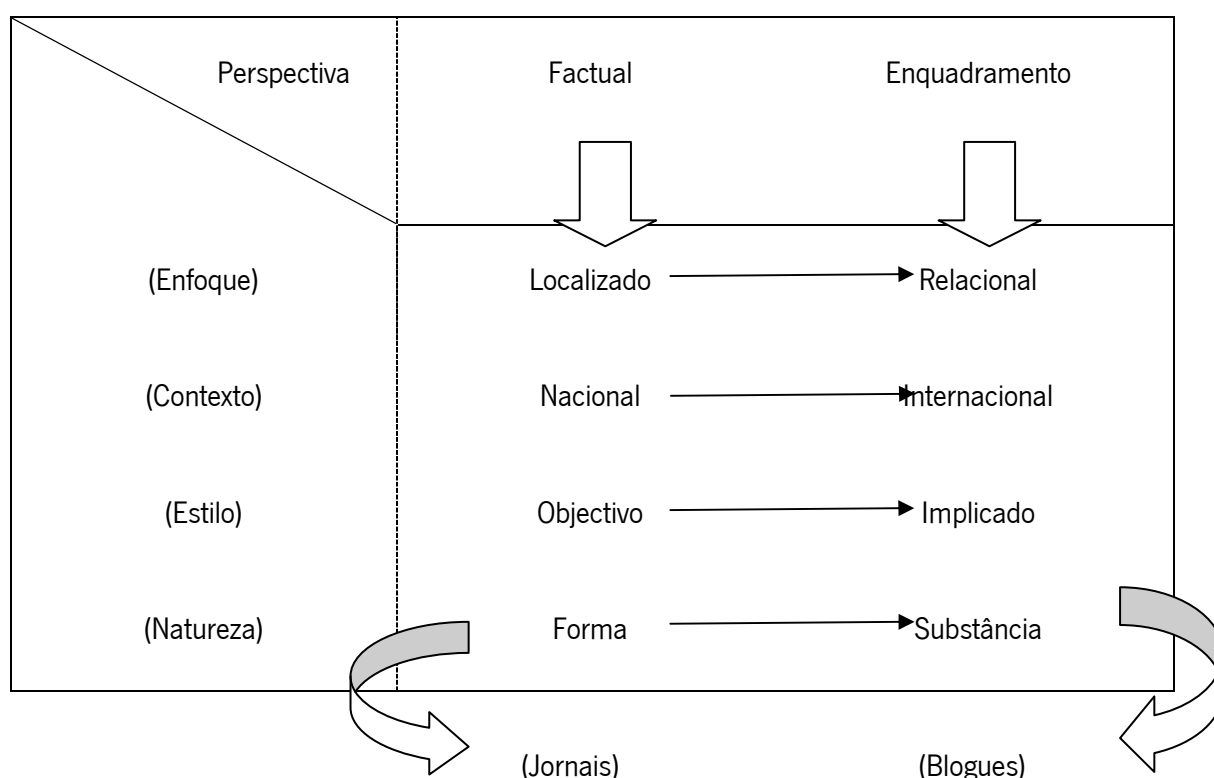
A prioridade que é dada aos factos justifica ainda que o estilo dos jornais seja muito mais objectivo que o dos blogues. Ainda que com algumas nuances quando o género utilizado é a reportagem ou a entrevista, a imprensa tende a não perder de vista uma aposta na neutralidade e no equilíbrio entre as diferentes perspectivas. Mas, de novo, se o que caracteriza mais facilmente os jornais é essa objectividade, isso não significa que não haja qualificações (de actos ou pessoas) de carácter mais subjectivo nos discursos providenciados pelos jornais – como, por exemplo, quando o Correio da Manhã (10/04/2012) titula, a propósito do “Atraso no pedido de ajuda”, que “Táctica de Sócrates custa 387 milhões” ou quando o JN (29/07/2012) caracteriza Anders Breivik como o “monstro” da Noruega. A grande diferença relativamente aos blogues (que também têm posts mais objectivos, com dados factuais) é que estes usam de forma generalizada a qualificação dos assuntos que abordam (e também das pessoas de quem falam como vimos, por exemplo, a propósito de José Sócrates e da vinda do FMI) e um estilo implicado – com recurso frequente à ironia, ao humor, à provocação e à apreciação subjectiva dos agentes políticos.

Finalmente, quando olhamos para a natureza dos discursos, os jornais tendem a preferir a forma nos relatos sobre os acontecimentos: que figura ou modo assumem em termos de pessoas ou actos, privilegiando a personalização dos factos ou a actuação dos agentes. Os blogues preferem uma discussão substantiva da natureza dos fenómenos sobre a qual reflectem: as razões da dívida pública em vez do último leilão de dívida pública, as implicações da reestruturação da dívida em vez de a apresentar como uma proposta de um agente político, soluções para a crise em vez da sua apreciação (ou acusações por parte) dos actores; e, no caso dos atentados, a

caracterização da civilização do medo em vez das reacções pessoais ou a xenofobia e o terrorismo em vez das intenções pessoais de Anders Breivik.

Como conclusão geral das categorias de análise que permitem a distinção de blogues e jornais aqui apresentadas (cuja síntese é apresentada no quadro 10.2.), podemos assinalar que os blogues tendem a privilegiar a estrutura dos fenómenos abordados em vez da sua conjuntura actual, esta uma prioridade mais evidente nos jornais. Fazendo a analogia com um jogo de xadrez, os jornais tenderiam a relatar a posição relativa das peças e a sua importância, assim como as jogadas pontuais a cada momento, enquanto os blogues providenciaram uma leitura das estratégias sistémicas do jogo, mostrando como as jogadas se relacionam e explicam o resultado (em função, é óbvio, das suas perspectivas ideológicas).

Quadro 10.2. – Síntese das categorias distintivas de análise identificadas



Usando as macro-categorias do tempo e do espaço para a análise, é possível perspectivar as diferentes localizações de blogues e jornais no seu cruzamento: os jornais serão mais o “aqui e o

agora” – privilegiando os últimos acontecimentos, vistos numa área limitada de acção, enquanto os blogues alargam o espectro do espaço, perspectivando o fenómeno de diferentes pontos, ao mesmo tempo que diluem o factor imediatismo, adoptando uma *timeline* mais vasta e preenchendo buracos no tempo.

10.5. Conclusões

A comparação das agendas de blogues e jornais é uma área de investigação relevante que visa perspectivar a blogosfera do ponto de vista da sua tematização e das novas contribuições que pode trazer nessa matéria para o discurso político no espaço público. A análise da blogosfera política portuguesa mais lida revela, nesse sentido, algumas tendências de grande proximidade entre ambas as agendas. De facto, os assuntos mais abordados na blogosfera, e de uma forma transversal a projectos de diferentes áreas ideológicas, são comuns também a jornais e resultam, na maioria dos casos, de assuntos políticos de natureza formal.

Contudo, não pode daí concluir-se que a agenda dos blogues é uma cópia da agenda dos jornais. Encontrámos semelhanças, mas não foi possível identificar um sentido da influência entre jornais e blogues e, nesta relação, há ainda que introduzir o papel dos agentes políticos. Ainda que menos frequentemente, os blogues falaram de vários temas que não constavam da agenda dos jornais. E nem sempre os temas políticos com maior destaque nos jornais foram abordados nos blogues – o que os mostra como sendo projectos bastantes resistentes ao efeito de agendamento dos jornais quando estes escrevem sobre ‘bastidores’ da política. Outra característica da cobertura noticiosa dos jornais, a sua institucionalização (o acento em iniciativas e temas de instituições políticas, como partidos, Parlamento ou Presidência), está também ausente do discurso dos blogues.

Finalmente, quando considerados assuntos que foram igualmente tratados por jornais e por blogues, há diferenças significativas entre ambos no que diz respeito à perspectiva de cobertura. Há uma tendência muito maior dos jornais para dar destaque aos factos, em detrimento de peças de enquadramentos dos acontecimentos noticiados. Os blogues, por outro lado, aportam sobretudo uma tentativa de interpretação dos acontecimentos em função das diferentes ideologias que partilham. Tomam partido face ao assunto em caso, propondo por isso um

discurso mais implicado e relacional que providencia abordagens substantivas. E, nesse sentido, a contribuição da blogosfera para a promoção da diversidade encontra-se assim na forma diferente de perspectivar os acontecimentos que os jornais noticiam, propondo interpretações e enquadramentos que os explicam para lá dos factos.

11. Conclusão: as implicações dos blogues políticos

«Há sem dúvida na nossa sociedade, e imagino que em todas as outras, com base em perfis e decomposições diferentes, uma profunda logofobia, uma espécie de temor surdo por esses acontecimentos, por essa massa de coisas ditas, pelo surgimento de todos esses enunciados, por tudo o que neles pode haver de violento, de descontinuo, de batalhador, de desordem também e de perigoso, por esse burburinho incessante e desordenado do discurso.»

Michel Foucault, *A Ordem do Discurso*

Concluídas as etapas empíricas do trabalho e a reflexão teórica, é agora possível avaliar de forma integrada as contribuições da blogosfera política portuguesa para a promoção da diversidade, tal como conceptualizada no capítulo 2, e para a configuração da esfera pública. Os dados empíricos obtidos nas fases anteriores de investigação permitem-nos avançar algumas conclusões, face às questões de investigação que enunciámos no primeiro capítulo. A partir da caracterização dos bloggers e retiradas as imagens das conexões estabelecidas nos blogues através das hiperligações, assim como mapeados os temas e abordagens, deverá ser possível perceber de que forma estes projectos constituem, ou não, uma plataforma alternativa onde a diversidade pode tomar forma, promovendo uma esfera pública revitalizada e palco de cidadania participada.

11.1. Promovendo diversidade: virtudes e fragilidades da blogosfera

A expressão da diversidade no espaço público é conseguida, de acordo com a proposta explicitada no âmbito desta dissertação, quando movimentos e cidadãos encontram espaços de manifestação, de intervenção cívica, de uma forma livre. A diversidade, que conceptualizámos como expressão da diferença, toma forma em espaços desorganizados e de limites não definidos, onde encontramos, nomeadamente, cidadãos sem pertença partidária, movimentos sociais mais fluidos, minorias sem representação. A nossa questão é agora a de saber se será possível reconhecer estas características na blogosfera política portuguesa.

Até certo ponto, sim. Na medida em que os bloggers não precisam de credenciais para tomar voz no espaço público, porque a sua credibilidade não depende da pertença a uma qualquer organização ou presença nos *media* tradicionais, já que estamos a falar de cidadãos que intervêm para além das organizações partidárias. São, nesse sentido, uma expressão da diferença. Por outro lado, estes são cidadãos que referem (de acordo com o inquérito por nós realizado) blogar principalmente como uma forma de intervenção cívica – portanto, como um exercício de cidadania, de preocupação com o governo da sociedade e com os outros em sentido lato. Referem mais esta opção do que blogar como forma de participação política, sendo que esta poderia resultar apenas numa reflexão sobre a política institucional, o que se explica pelo facto de, actualmente, a participação no espaço público resultar mais, como vimos, de uma mobilização de carácter informal, por vezes, ocasional ou só por causas / eventos.

De facto, embora a grande maioria dos bloggers assuma uma ideologia para o seu projecto, cerca de metade dos inquiridos no âmbito desta dissertação não se revê numa estrutura partidária. Assim, apesar da identificação com um projecto ideológico, falta o sentimento de pertença (ou, pelo menos, simpatia) a uma organização – estamos, de novo, no domínio da diversidade e não do pluralismo, da afirmação política menos espartilhada pelas regras de uma qualquer estrutura. Este aspecto, importante na promoção da diversidade no espaço público, é ainda mais significativo quando considerado o facto de nesse espectro ideológico encontrarmos uma percentagem significativa de bloggers a assumir o liberalismo, que não tem representação parlamentar ou partidária em Portugal. Assim, na ausência de um palco político, como poderia ser o Parlamento, ou de um acesso legitimado aos *media* por via da existência de um partido, a corrente liberal encontra a sua expressão no domínio da blogosfera, que se abre assim a vozes sub-representadas em outras instâncias.

É ainda verdade que a blogosfera representa um espaço desorganizado, de limites desconhecidos, e, portanto, é o lugar próprio da diversidade, a tomar lugar numa rede não estruturada onde não existe um centro ou um posto de comando fixo. Falamos ainda de uma realidade temporalmente volátil. Os blogues são criações de fácil perenidade, uns com durações mais sustentadas no tempo, mas outros mais efémeros, como fomos dando conta ao longo deste trabalho. Há um ciclo muito próprio de criação-crescimento-morte neste universo, sustentado pelo facto também de haver baixos custos – materiais e de tempo – envolvidos. Não há garantias de sobrevivência para além da vontade dos seus autores – contrariamente ao que

podemos esperar de outras organizações da sociedade, como por exemplo, os *media*. Enquanto instituições com personalidade jurídica e encargos financeiros, organizações como os *media* tradicionais, os partidos políticos ou outras associações estruturadas tendem a resistir no tempo. Os blogues existem enquanto os autores querem, que os “matam” e recriam continuamente.

No entanto, existem algumas circunstâncias que levantam reservas à assertividade de uma resposta positiva à constituição da blogosfera política como espaço da diversidade. Quando olhamos para o perfil sócio-demográfico dos bloggers portugueses (retratado no capítulo 8) percebemos que se trata de uma população que partilha de algumas características centrais: a urbanidade, a masculinidade, a educação e a profissão qualificada. Este perfil muito marcado e sem grandes variações não corresponde assim a um leque alargado de proveniências sociais e geográficas, que poderiam introduzir variedades distintas nos discursos produzidos. Como foi já referido, não há desempregados nem indivíduos do interior do país, assim como das regiões autónomas, a falar nos blogues políticos mais lidos em Portugal – indivíduos com interesses naturalmente distintos que não estão assim representados no espectro de opiniões que podem aflorar neste espaço público. Não há, ainda, igualmente, pessoas com profissões menos qualificadas, como operários da indústria ou trabalhadores do sector primário – e, de novo, falha assim a representação de um estrato produtivo importante na economia nacional. Também não encontramos uma grande presença feminina – que a literatura diz até ser mais activa nas novas formas de mobilização política – cuja percepção da política (no seu sentido mais lato) poderia introduzir nuances diferentes de forma mais regular na discussão que toma lugar na blogosfera.

Esta caracterização da blogosfera vai de encontro ao que Bourdieu explica sobre os critérios de admissibilidade ao discurso público, que vão para além das competências propriamente linguísticas e incluem a competência social e o direito a falar, “que depende objectivamente do seu sexo, da sua idade, da sua religião, do seu estatuto económico e do seu estatuto social” (2003: 113). Ou seja, a participação na blogosfera política portuguesa implica muito mais que o domínio da ferramenta informática: a competência para a produção de discursos políticos revela a existência de um capital social e cultural que encontramos em todos os palcos onde há discurso público.

A diversidade deve também dar conta de um discurso onde pontuem alternativas, vozes dissidentes e de contra-poder, que promovam estratégias de resistência ao poder estabelecido (Karpinnen, 2007; Dahlgren, 2005) – poder que, relativamente à política, podemos identificar

como sendo o manifestado pelos partidos políticos e outros actores da vida política formal e institucional, assim como os *media*. Assim, por um lado, no que diz respeito aos blogues políticos, a nossa análise do padrão de hiperligações (no capítulo 9) revelou um forte paralelismo com a vida política portuguesa formal e institucional. O ritmo cardíaco da blogosfera pulsa ao sabor dos acontecimentos mais importantes do espaço público político, com o número de posts e de hiperligações a reagir de forma clara nos momentos marcantes. Esta sintonia é ainda visível no declínio de posts e hiperligações em alturas mais calmas, nomeadamente em vésperas de férias ou quando a actividade dos principais partidos de Portugal (um dos quais a formar governo) estava em suspenso. Também a análise de redes sociais que efectuámos mostra uma proeminência da Direita, à semelhança do que acontecia então na vida política portuguesa, ao mesmo tempo que evidencia uma Esquerda mais fragmentada e frágil, alvo de interacções mais negativas.

A análise do discurso da blogosfera (no capítulo 9) revelou, por outro lado, que os bloggers encontram nos *media* tradicionais uma grande base de sustentação para as suas intervenções – quer linkando activamente para *sites* noticiosos, quer incorporando de forma acessória e até mesmo vinculativa, essas informações nos seus discursos, assumindo-as como suas, boas e verdadeiras. E, ainda que encontremos ligações a um número muito diversificado de projectos mediáticos, a verdade é que a maior parte das hiperligações de carácter nacional se focaram nos mesmo seis jornais de circulação nacional. Esta grande proximidade entre blogues e *media* é também evidenciada pelo facto de encontrarmos jornalistas a blogar nos projectos políticos mais lidos e também porque bloggers foram convidados, depois de assumirem essa condição, para participar em espaços de opinião dos meios tradicionais.

Essa proximidade é, aliás, característica, de uma das formas de participação que identificamos na blogosfera, a da interligação forte com os *media* e com novas formas de mobilização política, como são os novos movimentos sociais ou cívicos, contra uma presença em exclusivo nos blogues. Os partidos políticos não são relevantes na constituição dos autores da blogosfera mais lida e isto é um sinal de uma esfera pública maioritariamente de-partidarizada e, nesse sentido, de um fórum alternativo para o debate político. Contudo, os *media* são ainda centrais – para os bloggers “amplificadores” que usam os blogues como uma forma de alargar a sua intervenção no espaço público, mas também para os “exclusivos” porque a prática de linkar aos *media* é central na blogosfera.

Assim, em grande medida, não podemos considerar que os blogues providenciem um discurso alternativo: primeiro porque os ciclos da vida política formal são evidentes também na cadência da blogosfera e, em segundo lugar, porque os conteúdos dos blogues se ancoram fortemente nos produtos noticiosos para a sua própria intervenção. Não existe igualmente uma fronteira em termos de autores, antes uma forte hibridação entre bloggers e participantes nos *media*. Esta poderá ser, aliás, uma razão que explica a concentração de blogues e jornais nos mesmos temas, evidenciada na análise qualitativa do discurso de ambos (no capítulo 10). Os principais assuntos dos blogues coincidem entre si e coincidem com os jornais, mostrando que há uma tematização forte em Portugal em torno da vida política nacional.

Serão então os blogues iguais aos jornais, já que reproduzem e assumem grande parte dos seus discursos, já que partilham autores e também temas? De acordo com as diversas análises aqui produzidas, é evidente que, apesar dos pontos de encontro acima descritos, os blogues não são uma cópia das publicações noticiosas *mainstream* em Portugal. Primeiro, porque apesar da forte relação entre blogues e jornais, há espaço para outras experiências – as hiperligações mostraram uma grande panóplia de destinos, em termos de outros blogues, e também alguma variedade em termos de meios de comunicação, nomeadamente estrangeiros. Portanto, quem frequente a blogosfera política portuguesa poderá encontrar caminhos de leitura diversificados, não com tanta frequência como encontra atalhos para os *media* tradicionais, mas ainda assim, com alguma regularidade, pode ser orientado para destinos mais longínquos ou inesperados. As experiências na blogosfera são assim, apesar de uma concentração em torno de temas e fontes, mais diversificadas.

Os blogues distinguem-se ainda dos jornais porque estes assumem algumas características que não encontramos na blogosfera, tais como a sua sequenciação e a institucionalização da política (com uma cobertura preferencial dos actores institucionais) – uma perspectiva que também identificámos na entidade reguladora (ver capítulo 3), nomeadamente na análise do pluralismo político-partidário no serviço público. Os critérios de noticiabilidade (Traquina, 2007; Wolf, 2003) explicam porque os jornais privilegiam actores institucionais e a tónica na acção – um acontecimento é tanto mais noticiável quanto disser respeito a elites (como são os representantes das instituições em Portugal) e quanto representar um acontecimento desenvolvido no tempo (o que acontece com os “episódios” diários da política em Portugal). E estas são características claras na tematização da cobertura noticiosa política que aqui

identificámos. Ainda neste domínio, é fácil perceber que os valores-notícia da personalização e da proximidade estão bem expressos na análise sobre os estudos de caso realizados sobre o pedido de ajuda financeira e os atentados na Noruega. A abordagem dos blogues é, no que diz respeito a estes parâmetros, bastante distinta: não dá centralidade no seu discurso às instituições ou suas iniciativas nem promovem uma “episodização” da acção política. Pelo contrário, a discussão nos blogues é substantiva, analisando mais a natureza (estratégica) das questões do que as personagens nelas envolvidas (e as suas táticas). Os bloggers relacionam os factos no tempo e no espaço, implicando-se no discurso com uma argumentação viva, com ironia, humor e provocações.

Nesse sentido, podemos considerar os blogues como um espaço alternativo: não porque falam maioritariamente de coisas diferentes dos jornais, mas porque o fazem de forma distinta. Assim, ainda que possamos considerar algum efeito de agendamento da política formal ou mesmo dos *media* sobre os blogues em termos dos assuntos discutidos, há uma abordagem própria dos blogues sobre esses temas – que contribuem assim para a discussão na esfera pública com novos ângulos de análise e aprofundamento das perspectivas. Desta forma, os blogues são, em alguma medida, veículos de contra-poder e resistência ao enquadramento dos acontecimentos que é providenciado pelos *media* e, como sabemos, condiciona também a própria actuação dos actores políticos (Rieffel, 2003). Além de que conseguimos identificar momentos em que esse agendamento dos jornais sobre os blogues não tem lugar: ou seja, quando o tema político principal dos jornais é uma tentativa de antecipação de resultados ou os bastidores (a preparação de um qualquer acontecimento, como a formação de governo ou um debate na Assembleia da República), os blogues ignoram esse assunto.

Por outro lado, a proximidade entre ambos pode ser proveitosa quando usada a favor da qualificação do jornalismo, sobretudo num cenário de concentração da propriedade. O exercício das funções dos *media* em sociedades democráticas é, como vimos, assegurado por estatutos e regras deontológicas (McQuail, 2003). Os bloggers, que acompanham de perto a produção noticiosa em Portugal e têm particular sensibilidade para avaliar questões de argumentação e validação da informação, estarão numa condição privilegiada para assegurar a vigilância do respeito por estes procedimentos internos e ética profissional. O escrutínio que exercem sobre os *media*, ainda que tenha sido a interacção menos frequente dos blogues com os *media* via hiperligações, evidencia os blogues como uma possível instância de controlo informal e

desinteressado que pode, nomeadamente, pôr em confronto interesses empresariais dos grande grupos mediáticos, factores que condicionam a independência de reguladores e/ou políticos e algumas coberturas noticiosas. Por fim, a proximidade dos blogues aos *media*, que poderá ser interpretada como uma dependência dos primeiros face aos segundos, pode não ser percepcionada enquanto tal pelos bloggers. Na verdade, essa apropriação do discurso mediático pode significar que os bloggers se colocam a par dos meios de comunicação *mainstream*, outorgando-se a prerrogativa de interpretar os factos e acontecimentos aí noticiados.

A conceptualização da diversidade assinala igualmente a existência de um discurso alternativo que contribui para a inovação e para a mudança. Estes são efeitos sobre a política que devem decorrer da participação, noção muito próxima de democracia (Carpentier, 2011; Martins, 2004), e que resultam da capacidade de influência que os cidadãos devem ter sobre o processo político e de tomada de decisão. Vários autores aqui citados (ver, por exemplo, Carpentier, 2011; Dahlgren, 2005) defendem que a participação tem que ter resultados palpáveis, pelo menos, para aqueles que participam – sob pena de os levar ao cinismo e maior distanciamento. De uma maneira geral, os bloggers ouvidos no âmbito desta dissertação, têm como certa essa capacidade de influenciar a vida política portuguesa, por uma variedade de razões apresentadas no capítulo 8. Esta percepção por parte dos actores da blogosfera política significa que eles encaram essa sua participação como significativa, com resultados diversos mas positivos, e que podem, por isso, ter alguma importância na promoção de mudanças e soluções alternativas ou inovadoras. Assim, e dada a presença importante de bloggers que assume o liberalismo como ideologia, isso pode significar alguma mudança no espectro político português. A blogosfera poderá vir a ter algum do papel que tiveram os jornais românticos na defesa da ideologia republicana [que não estava na agenda do poder, como explica Tengarrinha (1989)] para a promoção da ideologia liberal, que não tem ainda partido ou representação parlamentar. Foi já salientado que existem diferenças sócio-políticas muito grandes entre estas duas épocas históricas, mas também uma aceleração do tempo e do espaço comum a ambas e que potenciou, então como agora, uma crítica às instituições de poder e movimentos de contestação social (Castells, 2005).

Essa capacidade de criticar, de analisar e de se distanciar de discursos mais ou menos consensuais é o que contribui, no que diz respeito à interacção com os cidadãos, para a sua capacitação – tal como pensado na definição de diversidade. Os jornais, como vimos, privilegiam

a perspectiva factual, neutra e objectiva, que informa os cidadãos sobre o governo, os partidos, instituições e outras estruturas sociais. Os blogues, assumindo outro papel na esfera pública já referenciado, promovem um tipo diferente de interacção com os cidadãos, com os seus leitores. Em primeiro lugar, ao reivindicar a interpretação dos acontecimentos e das intenções dos actores políticos, os blogues desvendam o jogo ideológico – mostram as diferentes perspectivas de análise de posicionamento e de argumentação. Nesse sentido, são melhores representantes que os *media* da opinião pública conceptualizada por Bourdieu (2003) como um sistema de forças e de tensões, veiculando uma ideia de política como a gestão da coisa pública que convoca trabalho, discussão e competências (Champagne, 2000). Assim, contribuem para a abertura simbólica da opinião pública, contrariando o efeito de conformismo e a adopção de um clima maioritário de opinião pública (Nöelle-Neuman, 2002). O que é tanto mais importante quanto a cobertura noticiosa providenciada pelos *media* mainstream tende a ser menos crítica e pluralista em face de um consenso alargado dos políticos (Davis, 2009).

Os blogues promovem, por essa via, a capacitação dos cidadãos enquanto agentes políticos que podem actuar para lá da simples decisão de voto. São factores de uma participação na política mais construtiva e no sentido mais lato do termo (Martins, 2004). É que, para além disto, há blogues que incentivam a intervenção em fóruns e movimentos sociais, apelam à acção e luta directa contra políticas, outros que propõem referendos e outros ainda que criticam directamente leis e outras iniciativas, nomeadamente publicadas no Diário da República. O que é muito pouco frequente, curiosamente, é o apelo à subscrição de petições online – o que será consentâneo com uma perspectiva da política como uma actividade de argumentação e construção de soluções, por via de opções ideológicas, e não como o resultado de políticas a pedido (Champagne, 2000). Por outro lado, providenciam ainda uma arena de discussão livre, contra o modelo de conversa política institucionalizada e administrada que passou a imperar nas sociedades ocidentais (Habermas, 1989).

Ainda no domínio da capacitação, não podemos também esquecer que os blogues oferecem aos seus leitores ferramentas que aumentam a literacia mediática. Não o fazem, como dissemos, de forma regular, mas ainda assim os blogues constituem espaços não muitos comuns na esfera pública portuguesa onde há alguma vigilância e controlo da actividade dos *media* – serão centenas de bloggers, todos os dias, a olhar para jornais e televisões, a ouvir rádio, como uma perspectiva mais crítica do que a do comum dos cidadãos. Ao escrutinar e desconstruir as

coberturas jornalísticas, ao mostrar leituras ‘escondidas’, ensinam os seus leitores a também lerem nas entrelinhas e a distanciarem-se do produto oferecido, de forma a poderem validar as informações e as diferentes perspectivas de análise.

Assim, sendo certo que encontramos na blogosfera algumas manifestações de diversidade, é também evidente que essas manifestações são apenas uma pequena parte do que poderia representar a expressão de um amplo leque de interesses correspondentes aos diversos quadrantes da sociedade. O que não minimiza essas manifestações, mas faz perceber que, de facto, a blogosfera não pode ser considerada como a única solução para a defesa da diversidade na esfera pública, nomeadamente na esfera pública digital. Até porque a blogosfera política portuguesa mais lida, que aqui observámos, não corresponde a um espaço homogéneo, com um sentido único de intervenção que reforce o seu papel enquanto contra-poder. Há, por exemplo, actores com uma posição mais próxima do discurso linear da política formal do que com uma atitude de abertura a outras posições. Encontramos assim muitas vozes, muitas práticas distintas – como percebemos pelos resultados do inquérito, mas também pelo padrão de hiperligação – e algumas concorrem mais para reforçar o poder estabelecido, do que para desafiá-lo. Há, assim, tendências opostas e mesmo antagónicas dentro da própria blogosfera.

Podemos sim considerar a blogosfera como uma peça de um jogo maior, e usando uma analogia já anteriormente citada, uma peça de um jogo de xadrez. A blogosfera não será certamente o rei, mas convém não esquecer que, de acordo com as regras, qualquer peça pode fazer xeque-mate ao rei. E os blogues políticos têm algumas armas importantes no jogo estratégico da política, contribuindo de forma importante para a promoção da diversidade como acima referimos. Contudo, um dos maiores problemas da blogosfera nesse domínio é a sua dispersão face à organização estrutural da política em Portugal. Como demonstrámos a propósito da análise da actuação da ERC, os partidos políticos têm uma tradição muito forte de ocupação do espaço público e de captação dos recursos de participação no espaço público (nomeadamente através da ERC) em seu favor. Se a blogosfera for um reduto de participação e intervenção dos cidadãos, as tentações de colonização e controlo serão maiores.

Convém, a este propósito, não esquecer dois factos significativos. O primeiro é a asserção do blogger João Miranda, do Blasfémias, (Miranda, 2011), que alerta para a entrada e de uma certa tentativa de controlo por parte de jornalistas e membros de partidos políticos na blogosfera – ou seja, para a profissionalização e mesmo instrumentalização do debate político. Há vozes distintas

em tensão. Outro aspecto importante aqui revelado pela análise de redes sociais é a proeminência assumida pelo blogue Albergue Espanhol no período em análise. Este projecto foi criado em 2010 – e cessou a sua actividade em Setembro de 2011, logo após o início do novo governo – tendo por objectivo reunir uma série de bloggers em torno do apoio a Pedro Passos Coelho, candidato social-democrata a primeiro-ministro¹²⁰. O blogue teve assim pouco mais de um ano de actividade regular, mas conseguiu impor-se enquanto um dos actores centrais na blogosfera, distribuindo na rede um fluxo de opinião e de interacção com outros projectos. Nesse sentido, não deixa de ser importante assinalar esta estratégia de imposição e, talvez, de instrumentalização das potencialidades de um espaço nobre da participação de cidadãos a favor de um partido político.

Desta forma, apesar das suas potencialidades e também virtudes já demonstradas, os blogues enquanto espaços de participação de cidadãos não podem ser considerados como a única resposta de deliberação pública para a falta de diversidade nos *media*, para o peso excessivo dos partidos na vida pública e nas instâncias oficiais. São um espaço relevante, mas os blogues não devem ser considerados como o único ou mais importante “remédio” para a participação dos cidadãos. Aliás, serão tanto mais dinâmicos quanto mais for reforçada a participação dos cidadãos noutros fóruns, também a nível da política formal e dos *media*. A circunstância de a apropriação dos *media* electrónicos abrir novos espaços de cidadania “não quer dizer que as tentações para o domínio político da informação desapareçam (...), porque hoje a informação é ainda mais poder do que em contextos anteriores” (Cardoso, 2006: 412). Dar voz a pessoas fora dos aparelhos partidários em vários domínios, desde palcos mais formais da política até aos *media*, será talvez a melhor forma de garantir que eventuais tentativas de manipulação e instrumentalização na blogosfera são minimizadas.

11.2. Integrando a esfera pública: características da blogosfera

Com as suas virtudes, e apesar das suas fragilidades, poderemos considerar a blogosfera política portuguesa como parte da esfera pública ou como uma das múltiplas esferas públicas

¹²⁰ Pode referir-se, a título de exemplo, o facto de alguns dos seus autores terem assumido posteriormente funções no governo (tal como Pedro Correia ou Vasco Campilho, assessores governamentais), no Parlamento (como Carlos Abreu Amorim) ou em empresas públicas, nomeados pelo governo (como António Nogueira Leite)

que se podem conceber para responder aos diferentes interesses e práticas de uma dada sociedade? Sendo a esfera pública a arena onde as pessoas privadas se juntam como um público para debater assuntos que interessam ao governo das sociedades, podemos considerar a blogosfera como um espaço onde ocorre esse debate – como parte integrante de uma esfera pública mais vasta, interligada entre si e conectada a outros pontos dessa esfera. Mas em que circunstâncias e envolvendo quem, ou seja, quem são as pessoas privadas reunidas como um público que debatem assuntos relativos à gestão da sociedade?

O quadro da esfera pública traçado por Habermas coloca na estatização da vida privada e íntima uma das razões para a sua degradação. O Estado assumiu como suas funções anteriormente adstritas às famílias, nomeadamente através de diversos instrumentos de apoio financeiro para a educação dos menores, para situações de desemprego ou de doença – criou o chamado Estado Social ou Estado-Providência que se responsabiliza pela formação, pelos cuidados de saúde e pela sobrevivência dos reformados. Mas esse modelo que caracterizou grande parte das sociedades ocidentais está hoje em falência (Giddens, 1997) e a sua sustentabilidade fortemente comprometida pela actual crise financeira. Poderá essa falência significar uma nova privatização da vida privada? Uma vida privada que não poderá obviamente ocorrer, tal como nas sociedades dos séculos XVIII e XIX, no âmbito de uma família conjugal patriarcal. Esse modelo de organização familiar e social foi irreversivelmente transformado em favor de um sistema que assenta no indivíduo, unidade que encerra as responsabilidades e os riscos inerentes à presença em sociedade.

Essa privatização da vida social e familiar é, aliás, uma das reivindicações dos blogues políticos que subscrevem a ideologia liberal e que defendem a diminuição do Estado face à sociedade civil. Enquanto esfera pública, a blogosfera política portuguesa é efectivamente um dos espaços onde se debate o modelo de sociedade, com defensores de uma esfera privada de actuação dos cidadãos e com defensores de um estado social que assegure uma série de acessos, nomeadamente à saúde, à educação e às condições dignas de sobrevivência. Mas a verdade é que este último modelo de sociedade e da sua gestão, que assenta na defesa da igualdade de direitos e universalidade de acesso dos cidadãos, não encontra reflexo na blogosfera política.

De facto, tal como na esfera pública descrita por Habermas, existem condições que parecem pré-determinar a entrada na blogosfera política: os bloggers têm um perfil distinto, tal como os homens dos cafés, dos salões e dos clubes de leitura. A educação, assim como o domínio sobre

os recursos produtivos da sociedade (que, hoje em dia, não serão apenas recursos materiais, mas também os do conhecimentos e da informação), parecem continuar a ser uma espécie de pré-requisitos sociais para participar na esfera pública. A integração no mercado de trabalho (também evidenciada noutros estudos que caracterizam bloggers) surge assim significativamente associada à prática de blogar. Não é apenas uma questão de literacia mediática, associada ao domínio sobre as tecnologias, mas também de mobilização social, cognitiva e participativa face à política. Tal como nos séculos XVIII e XIX, não há universalidade no acesso à esfera pública – na altura não entravam mulheres, nem operários e hoje encontramos também muito poucas bloggers femininas ou profissionais menos qualificados. Não é obviamente uma questão de proibição de participação ou de exclusão decidida centralmente por alguma entidade, mas de preparação e de motivação que os actores da esfera pública (de hoje como então) sentem ter.

O uso público da razão é a base da estruturação do discurso na esfera pública – a argumentação racional, livre de interesses privados ou comerciais, funda o debate que Habermas identifica na esfera pública burguesa. E essa é também uma característica que os bloggers, como explica Gabriel Silva (2011) valorizam – a apresentação de argumentos racionais, contra “defesas” da honra pessoal ou intervenções propagandísticas (interesses comerciais ou corporativos). A discussão ideológica empreendida pelos blogues assenta por norma na sustentação das posições pela via da lógica, da apresentação de vantagens e desvantagens, própria de um discurso substantivo como encontramos recorrentemente na blogosfera. Mas o debate racional não é o único a ter aí lugar. Tal como alguns autores acentuam (ver, por exemplo, Dahlgren, 2005) outras práticas comunicacionais podem ter lugar porque a esfera pública deve ser também o local onde as afinidades e as pertenças se afirmam – daí um discurso, por vezes, apelativo (à luta), provocatório, humorístico ou irónico, que pontua na blogosfera e que também tem potencial transformador.

A função da esfera pública será a verificação sistemática e crítica das políticas governamentais. E a concentração da atenção dos bloggers nas iniciativas políticas formais, assim como o paralelismo com a vida política mais institucional, poderá significar que, de facto, os bloggers asseguram o exercício dessa função de vigilância e crítica face a quem assegura a gestão da sociedade, porque esses são os temas mais centrais nas suas análises. Na esfera pública, deverão ainda emergir alternativas para os temas em discussão. Ao esgrimir o debate ideológico, os bloggers contribuem para aprofundar os assuntos e aspectos conexos, ainda que, como

vimos, a apresentação de temas alternativos de discussão seja mais irregular e pontual, representando, muitas vezes, apenas a contribuição de um único blogue – quando a discussão dos temas políticos mais institucionais é mais transversal na blogosfera. Isso poderá significar que a blogosfera é menos dinâmica, por norma, num dos aspectos centrais da constituição da esfera pública, que é o de assumir a definição dos temas que merecem ser colocados à discussão (Verstraeten, 1996). O que os teóricos dos *media* tendem a ver como sendo a capacidade de agendamento – uma capacidade que não conseguimos evidenciar de forma sistemática na nossa análise dos blogues políticos portugueses.

Qual poderá então ser o efeito da blogosfera política portuguesa? Para Habermas, a esfera pública burguesa conseguiu impor um novo princípio organizacional ao estado: o da publicidade, no sentido de tornar público qualquer acto do Estado. Hoje em dia, tudo deve público e publicado (ainda que ocasionalmente afluam no espaço público indicações de ocultação de actos de gestão pública) – um facto que ganhou acrescida dimensão com o aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação, nomeadamente e em particular, a Internet (McIvor *et al.*, 2002). Contudo, a profusão de actos e informações referentes à gestão do Estado, assim como a sua crescente burocratização, têm contribuído para tornar os actos do governo mais opacos e densos, e, muitas vezes, apenas formalmente públicos.

Muitos *sites* governamentais (a nível local ou nacional) na União Europeia, por exemplo, são usados para disseminar informação, numa tradução das experiências do sector privado, mas sem demonstrarem níveis de abertura para a participação dos cidadãos (Pina *et al.*, 2007). Assim sendo, o facto de esses actos serem públicos, não quer dizer que possam ser de facto conhecidos – é preciso seleccionar factos relevantes, escrutinar, pôr em confronto, ou seja, tornar transparentes os actos públicos, de forma a prestar contas aos cidadãos sobre os trabalhos internos, procedimentos e processos de decisão (Armstrong, 2005). A abertura dos actos públicos ao escrutínio e à prestação de contas (no sentido da *accountability*) pode ser o papel da blogosfera. De facto, há sobre os actos governamentais uma vigilância da blogosfera que contribui para tornar perceptíveis os processos de tomada de decisão ou, pelo menos, para evidenciar as suas opacidades. E, nesse sentido, a blogosfera pode constituir a evolução do princípio organizacional da publicidade das decisões públicas, que caracterizou a esfera pública burguesa, para o da transparência, nos dias de hoje.

É claro que entre as duas épocas (a da esfera pública burguesa e a actual) encontramos diferenças tecnológicas muito significativas que têm impacto sobre a natureza da discussão política que aí toma corpo. Em primeiro lugar, o facto de a blogosfera ser online e não ter um espaço físico concreto permite a de-territorialização da discussão: no mesmo fórum, participam pessoas de diferentes latitudes geográficas que partilham o mesmo objectivo. Como vimos, essa característica não significa uma grande variação nos eixos principais da geografia nacional: estão presentes vários pontos do mesmo eixo litoral, face à ausência de pessoas do eixo interior do país. O que pode revelar uma concentração do domínio sobre os recursos produtivos da sociedade (nomeadamente, a informação e o conhecimento) nas cidades mais importantes do litoral que assim podem participar no debate sobre a gestão do país, mesmo estando fora da capital onde estão os principais centros de poder. Esta relativa dispersão não tem, todavia, grande impacto na natureza concentrada da discussão em redor do que acontece nessa esfera de poder – como demonstra o padrão de hiperligações dos blogues, os *media* regionais são completamente marginais a essa discussão. Os assuntos políticos principais dos blogues não passam, por norma, pelas outras cidades do país (mesmo quando os *media* nacionais lhes prestam alguma atenção, como se viu na análise qualitativa da quarta semana do período que observámos a propósito das eleições no PS/Porto). Ou seja, os que estão fora da capital podem participar na discussão pelo facto de esta ser online, mas isso não significa que aportem essa experiência em termos dos temas que abordam.

Esta reflexão permite algumas considerações sobre a questão de como se exerce o poder na rede, neste caso na rede da blogosfera política, tendo em conta a definição de Castells (2009) desse fenómeno. A estrutura comunicativa, que constituem os blogues políticos, entra no jogo binário da inclusão/ exclusão, ligando-se, em primeira instância, às outras redes que tomam lugar no espaço mais vasto do mundo online, em particular os *media mainstream*, mas também *sites* colaborativos e, em muito menor escala, *sites* institucionais ou oficiais. De facto, a âncora de fixação para os blogues políticos são os *sites* noticiosos. Esta rede de blogues tem poder? Para além da própria percepção dos bloggers da influência que exercem (e que foi já mencionada), também os outros agentes da vida política (nomeadamente, os próprios políticos e jornalistas) acham que sim e relacionam-se com os blogues políticos, por via dos seus produtos (que avaliamos pelo facto de as redacções os monitorarem) ou por via dos autores. Isso mesmo se percebe pela importância dada aos bloggers pelos partidos, nomeadamente no período da

campanha eleitoral, ou pela circunstância de uma grande parte ter sido convidada pelos *media* a colaborarem com espaços de opinião.

Finalmente, esta rede de blogues políticos mais lidos constitui um núcleo com um nível de coesão significativo, como vimos pelo facto de concentrarem entre si uma parte importante das ligações a outros blogues. Desta forma, exercem o poder de incluir outros na rede, como uma espécie de reconhecimento da pertença desses projectos à esfera pública que constituem, mas também de excluir outros blogues – é o que podemos perceber no caso do blogue A Baixa do Porto que, sendo um dos blogues políticos mais lidos, não entra na discussão centrada na política nacional que acontece na capital (mesmo que a aborde) porque não é linkado pelos outros. A de-territorialização da discussão permitida pela tecnologia é importante para garantir a emergência de actores fora do centro tradicional do poder em Portugal, ou seja, a sua capital, mas não permite capitalizar experiências regionais ou locais para esse debate – que são até excluídas pelos próprios actores da rede.

Outra mudança na constituição da esfera pública resultante da tecnologia tem a ver com o registo e a publicação da deliberação aí produzida. Na esfera pública burguesa, a deliberação acontecia de forma oral, em ambiente de conversação, e o registo desse debate era mediado pelos jornais da época que reproduziam assim, junto das instâncias do poder, as reivindicações do público. Hoje, a mediação via imprensa (e via outros meios) existe, mas coexiste com uma relação directa entre blogues e poder. A deliberação é escrita, registada e arquivada pelos próprios actores, que constituem assim um repositório de ideias, uma das funções da própria esfera pública segundo Castells (2008). Falta, assim, avaliar o efeito desta memória para o poder da blogosfera – a rastreabilidade da informação, da argumentação, da deliberação à mera distância de um clique será, seguramente, mais uma forma de os blogues políticos contribuírem para a transparência da vida pública, que podem recordar e trazer de novo à discussão informações anteriores. Mas poderá ser uma forma também de influir directamente no processo político de tomada de decisão ou de definição de políticas – constituindo-se desse modo numa memória para a acção que falta ainda avaliar. Na internet, as páginas coexistem no tempo, o que permite a justaposição de versões, mas este é também um espaço do esquecimento

(Cardoso, 2006), porque há o apagar da informação ou dos caminhos que chegam a ela. Posicionada nessa dualidade, a blogosfera terá de encontrar o seu registo¹²¹.

Outro efeito deste registo escrito da deliberação é o facto de os blogues terem o seu próprio público. Serão, nesse sentido, uma esfera pública em cascata, porque se abrem a novas leituras que, por sua vez, podem potenciar novas discussões em outros fóruns. Poderão influenciar os agentes próximos do poder, mas também podem constituir-se como factores de pressão por via da influência junto dos seus leitores, que podem, por sua vez, de uma forma mais ou menos participada, tentar chegar ao poder com as suas reivindicações.

De facto, a blogosfera tem um papel ambivalente enquanto novo *medium*. Por um lado, é um espaço de deliberação que se alimenta do que os *media* tradicionais produzem, tal qual os públicos da esfera pública burguesa faziam dos primeiros jornais políticos. Por esta via, podem reforçar o poder estabelecido, ainda que tenham uma função (todavia menos significativa) de escrutínio e vigilância dos *media* que contribui para a crítica e questionamento da vida política. Por outro lado, os blogues são uma espécie desses jornais políticos (e partilham com eles, como vimos, muitas analogias), sendo assim um espaço de intervenção, com um público próprio e uma audiência, fruto do registo escrito e acessível. Têm, nesse sentido, oportunidade e terreno para serem motores da mudança. Esta ambivalência dá corpo ao que Couldry (2009) teorizou relativamente à unicidade dos *media* – de facto encontramos aqui interdependências fortes entre os novos *media*, corporizados pelos blogues que se relacionam continuamente com os “velhos” *media* (seja para assumir a informação, seja para criticar), ao mesmo tempo que estes não ignoram, ainda que não de forma muito visível porque os incorporam nas rotinas produtivas longe dos olhares do público, as posições dos bloggers.

Este forte relacionamento dos blogues com os *media* está ainda na base de uma esfera em rede, mais virada para a afirmação da autoridade do blogger, que privilegia os ego-links no seu discurso, do que para a construção de um espaço maioritariamente deliberativo – e, nesse sentido, a blogosfera está ainda longe de cumprir totalmente o ideal de uma esfera pública enquanto espaço que argumenta e debate entre os seus participantes. De facto, como vimos, a utilização de hiperligações pelos bloggers privilegia a fundamentação e a contextualização das

¹²¹ A questão foi debatida já em setembro de 2012 a propósito do fim do serviço weblog.com.pt que “apagou” vários blogues; o blogue Aventar procurou fazer a memória desses projectos criando cópias: <http://aventar.eu/2012/09/05/weblog-com-pt-enterramento-e-ressurreicao-em-forma-de-arquivo/#comments>

suas posições, o que evidencia uma preocupação na auto-legitimação para a participação no debate e a legitimidade advém sobretudo dos *media* – e menos com a deliberação.

Ainda assim, porque providencia interpretações divergentes para os factos relatados nos meios de comunicação, os bloggers contribuem para o não fechamento da opinião pública – uma das condições de funcionamento da esfera pública –, revitalizando-a dessa forma porque a subtraem ao reduto dos *media* e a abrem à diversidade ideológica. Contudo, a maior preocupação dos bloggers não é, neste domínio, esgrimir argumentos com os facções e posições opostas – o diálogo, retratado pelos links relacionais, é mais reduzido face aos ego-links. Mas, apesar de em dimensão menor, estas hiperligações não deixam de ser significativas porque, primeiro, afirmam uma espécie de comunidade reconhecida pelos participantes como vozes autorizadas a participar no debate. Em segundo lugar, são ainda importantes pelo facto de deixarem perceber uma rede de conexões maioritariamente positivas, ou seja, há diálogo e deliberação entre as diversas opções do espectro ideológico e não uma “ciberbalcanização”.

11.3. Blogues políticos: que perspectivas para a regulação?

Apesar de algumas debilidades enquanto esfera pública e mesmo limitações no que diz respeito à expressão da diversidade, os blogues políticos não deixam de representar um novo discurso no âmbito do debate político. Não só porque privilegiam uma abordagem interpretativa – que tem consequências, como vimos, em termos da implicação pessoal no discurso, na capacidade de relacionar diferentes acontecimentos em contextos alargados – mas também porque proporcionam conteúdos eles próprios mais densos do que está lá à primeira vista, muito menos lineares que os tradicionais discursos políticos. Como ficou aqui demonstrado, os bloggers recorrem com regularidade às hiperligações e acedem ainda frequentemente a comprometer a sua “fala” a outras vozes, abdicando do controlo sobre o discurso e proporcionando aos seus leitores oportunidades incomuns em outras instâncias do jogo político. Os blogues políticos portugueses proporcionam um fórum de debate ideológico, empreendido por cidadãos, sem a chancela dos partidos políticos, que revitaliza a participação e a mobilização cívica em torno do governo das sociedades. Constituem um espaço diferente no que diz respeito à deliberação e ao aprofundamento das políticas. O discurso da blogosfera é, como vimos, implicado, relacional e muito mais prospectivo, em termos de tempo e do espaço, que o discurso mediático.

É, nesse sentido, um espaço de discussão política mais próximo dos jornais românticos do século XIX. A blogosfera reinventa a crítica, a sátira, a ironia na opinião e comentário político, reintroduzindo na esfera da participação dos cidadãos a acutilância do debate político, contra um modelo de imprensa neutral, objectiva que se institucionalizou no mundo ocidental. Assim, um século depois de a imprensa romântica e de opinião ter desaparecido, voltamos a ter um meio (não profissionalizado) de causas, de opinião e de comentário. Mesmo tendo em conta que os níveis de literacia em Portugal e que as próprias potencialidades da tecnologia são completamente diferentes nestes dois quadros sociais, não podemos deixar de notar que os blogues parecem ocupar um espaço que foi deixado vazio pela transformação da imprensa numa indústria, constituída por organizações empresariais e habitada por profissionais. Tal como os jornalistas da imprensa romântica ou os burgueses da primeira esfera pública, os bloggers não precisam de credenciais para entrar na discussão. Tal como na era do jornal político – alimentado por “redactores que não vivem do ofício da escrita nem se especializam em género ou secção”, com um perfil que “corresponde à pluralidade de áreas e de interesses, funções ou negócios em que se movimentam (Reis, 1997: 146) – também os autores dos blogues são pessoas com outras ocupações, profissões e que produzem posts sem ganhos financeiros. Os cafés, os salões, clubes e movimentos dos séculos XVIII e XIX prolongam-se pelo século XXI com os blogues – e mais recentemente também o Twitter ou o Facebook – a manter pontos de partilha, debate, rumor.

Estas diferenças vincadas da blogosfera face aos *media mainstream* fundamentam a distinção conceptual entre diversidade e pluralismo apresentada no âmbito desta dissertação. O pluralismo é um dos defensores da democracia, porque esta depende de organizações e de uma estrutura estável para garantir o governo da sociedade e assegurando que as várias sensibilidades sociais encontrem aí expressão. Mas o pluralismo é insuficiente para dar conta da efervescência social, das iniciativas cidadãs e das manifestações diversas de causas e pertenças. Sendo essencial ao funcionamento democrático, a defesa do pluralismo não promove, contudo, de forma prioritária a inovação ou a mudança social, não capacita os cidadãos nem contesta as visões hegemónicas da sociedade. Está, assim, num patamar diferente que entra a salvaguarda da diversidade, como garantia do acesso de vozes sub-representadas, alternativas e contestatárias que, não representando a maioria dos cidadãos, não deixam de constituir contribuições importantes para o governo político das sociedades e para os processos de tomada de decisão.

Pelo que pudemos perceber da análise da blogosfera enquanto fórum de promoção da diversidade, é evidente que o aflorar das alternativas e da crítica é constituinte desse espaço. Mas realça também da forte imbricação do discurso dos blogues com o dos *media*, que não se pode, mesmo quando analisando a diversidade, esquecer o pluralismo que aparece como uma condição de base, porque fornece o material de que se alimenta em grande parte da blogosfera, assim como esclarece as posições do poder estabelecido – em relação ao qual se constroem alternativas e se questionam pressupostos. Desta forma, parece aqui evidenciar-se uma espécie de hierarquia entre estas duas manifestações da diferenciação social: a diversidade é construída sobre o pluralismo e as condições do pluralismo condicionam a diversidade. É claro que o movimento de influência de um sobre o outro não é unilateral e, a dado momento, a promoção da diversidade pode levar à alteração das condições estruturais do pluralismo. E, portanto, não é possível perspectivar a sociedade democrática sem a salvaguarda destas duas dimensões da diversificação social.

Esta perspectiva de pluralismo e de diversidade tem ainda consequências importantes em termos de regulação e de enquadramento legal. Em primeiro lugar, a assunção estrutural de que não se pode deixar de defender o pluralismo na base da existência de diversidade. Ou seja, não é porque existem blogues políticos que promovem visões alternativas e críticas, que se deve deixar de considerar o pluralismo, nomeadamente nos *media*, mas também em outras organizações sociais como os partidos políticos, como um princípio basilar da arquitectura legal e regulatória em Portugal. Isso significa, nomeadamente, que a vigilância sobre fenómenos que afectem a propriedade dos meios de comunicação social ou sobre o condicionamento das fontes de informação, como agências de comunicação, não deve ser desmobilizada em nome de uma plataforma que tudo resolve. Os conteúdos dos meios de comunicação tradicionais devem continuar a ser monitorizados e igualmente se deve olhar para os jornais de uma forma mais sistemática – também pelo papel que têm aqui como “alimentadores” da blogosfera, mais que qualquer outro meio de comunicação. A perspectiva internacional tem também estado muito afastada dos olhares da entidade reguladora e deveria ter uma atenção mais próxima.

Ou seja, há ainda um papel essencial que a regulação pode exercer, a começar pela clarificação do que é pluralismo e do que é diversidade. Como afirma o estudo sobre os indicadores de pluralismo promovido pela Comissão Europeia, “se é verdade que a Internet desempenha um papel importante na democratização da esfera pública e amplia as opções à disposição dos

cidadãos para participar no debate e comunicação pública, isso não invalida (ainda) as ansiedades sobre a concentração nos *media* e riscos para o pluralismo dos meios de comunicação nos sectores tradicionais dos *media*, que continuam a desempenhar um papel preponderante na criação e difusão de conteúdos diversificados em todos os Estados-Membros” (ICRI *et al.*, 2009: 159).

A separação dos conceitos de pluralismo e de diversidade aqui proposta pode ajudar a esclarecer as competências, no que diz respeito às responsabilidades dos estados-membros e do papel da União Europeia. Como dissemos, o pluralismo e a diversidade são diferentes na sua natureza e, nesse sentido, objectivos diversos podem ser apresentados às autoridades públicas, a nível nacional e internacional. Até agora, as abordagens ao pluralismo e à diversidade apresentadas por instituições como a Comissão Europeia ou o Conselho da Europa colocaram a ênfase na oferta de diferentes conteúdos por diferentes organizações. Os cidadãos são vistos principalmente como 'receptores' de informações ao invés de actores da esfera pública: devem-lhes ser fornecidos conteúdos, produzidos por diferentes entidades mediáticas, onde diferentes pontos de vista e opiniões estão representados. Estas instituições lidam assim com o conceito de pluralismo e não abordam, num padrão semelhante, as questões relacionadas com a diversidade, como a capacitação dos cidadãos, as expressões individuais ou estratégias de contrapoder que levam à mudança social.

O pluralismo será um princípio mais fácil de salvaguardar: porque se trata de organizações ou instituições com meios, conhecimentos e dimensões, a sua defesa é também feita, a cada momento, por cada um desses actores quando eles sentem que não estão representados. Agentes estabelecidos têm os meios e domínio sobre as formas de acesso ao espaço público e, portanto, é menos provável que os governos ou outros poderes institucionais possam impedi-los de exercer o seu legítimo direito de expressão. A maioria dos países europeus tem leis e regras que dão corpo a quadros legais de protecção do pluralismo (Comissão Europeia, 2007a), um princípio agora tão difundido nos discursos oficiais e académicos que, mesmo se, em algum momento, se verificar um problema específico na sua expressão, não faltam vozes autorizadas que se levantem e apresentem a sua defesa pública.

Esta natureza mais conhecível do pluralismo e a maior exequibilidade da sua protecção pode ser uma das razões pelas quais a Comissão Europeia decidiu não apresentar iniciativas legislativas para promover o pluralismo nos meios de comunicação – mesmo que tenha dado um primeiro

passo nesse sentido com o Livro Verde sobre o pluralismo e a concentração de propriedade no início dos anos 90 (Comissão Europeia, 1992). As iniciativas recentes da Comissão Europeia, como o estudo sobre os indicadores do pluralismo (ICRI *et al.*, 2009) e a constituição de um grupo de alto nível para debater a liberdade e o pluralismo dos meios de comunicação em toda a UE (Comissão Europeia, IP/11/1173) no quadro da agenda digital, mostram que a Europa se mantém firme na sustentação do princípio da subsidiariedade (o que beneficia os interesses instalados), deixando a tarefa de controlar o pluralismo e a definição de limites à propriedade aos estados-membros. Embora não haja sinais de uma mudança na política europeia no que respeita à protecção do pluralismo, há, contudo, espaço para uma nova abordagem na defesa do que consideramos ser a diversidade. A salvaguarda da diversidade, que é muito mais intercultural e inter-países na natureza (como vimos, por exemplo, no transbordar dos ideais de apoio à acção dos Indignados em Espanha e Portugal, assim como de outros movimentos de protesto em todo o mundo), pode ser chamada à competência da União, que lhe poderia providenciar um nível diferente de protecção, necessário por não ser um princípio tão difundido e reconhecido. Se os *media* tradicionais são mais propensos a defender e expressar o pluralismo por causa da sua estrutura e alcance, o que favorece a expressão das mais importantes organizações e actores principais de uma dada sociedade (McChesney, 2000; McQuail, 2003; Soloski, 1993), os novos meios de comunicação, onde estão incluídos os blogues, podem desempenhar, como demonstrámos, um papel diferente: permitir a manifestação da diversidade.

Os novos meios de comunicação, e no que diz respeito a este trabalho, os blogues, promovem a comunicação horizontal, permitem a deliberação e o debate público, criando novas plataformas para o jogo da democracia. Habitados por grandes corporações (Castells, 2009), mas também pelos cidadãos que alinham em condições semelhantes, os novos *media* são o território de grandes oportunidades, mas também de riscos através de novas formas de hegemonia e controle (Dahlberg, 1998; Sunstein, 2008). Nesse sentido, os novos meios de comunicação devem ser enquadrados na perspectiva da liberdade de participação, que é mais do que a liberdade de expressão. A participação deve incluir consequências em tomada de decisão política e definição de políticas.

A abordagem da Europa para a Sociedade da Informação é exercida a partir de uma perspectiva mais tecnológica (por exemplo, acesso à banda larga) e económica (como um factor de crescimento e emprego). No que diz respeito à Agenda Digital (o programa da Comissão

Europeia para a Sociedade da Informação), ainda podemos identificar um foco nas organizações, ou privadas (como grupos mediáticos) ou públicas (como os estados ou entidades reguladoras). O grupo de alto nível constituído para discutir a liberdade e o pluralismo nos meios de comunicação (Comissão Europeia, 2011) não recebeu orientações expressas para analisar o papel dos novos *media* para capacitar os cidadãos e torná-los mais audíveis. Assim, embora a liberdade de expressão e o pluralismo nos novos meios de comunicação sejam amplamente defendidos no discurso público da Comissão Europeia, estas plataformas não são percepcionadas a partir da promoção da diversidade. Todavia, ao invés de reproduzir problemáticas levantadas com os meios tradicionais – a nível da limitação à liberdade decorrente de interferências políticas ou privadas ou preocupações com a concentração de propriedade (com as quais a Comissão Europeia nunca se comprometeu em termos jurídicos) – a regulação dos novos *media* no âmbito da Agenda Digital deve considerar os cidadãos como actores principais dessa ecologia mediática.

Garantindo o acesso e a liberdade de participação nos novos *media*, a Comissão Europeia pode melhor servir os propósitos de defesa da "liberdade de opinião e de receber e transmitir informações e ideias", como declarou na sua Carta dos Direitos Fundamentais. O nosso conceito de diversidade significa partilhar e confrontar opiniões mais alinhadas com o poder estabelecido, mas também ideias e pontos de vista alternativos que, uma vez nascidos em novos meios de comunicação, podem, eventualmente, chegar aos *media mainstream*. Criar oportunidades para que este debate público seja ouvido e tenha influência nos processos de tomada de decisão política é essencial para evitar o cinismo político e descomprometimento (Carpentier, 2011; Dahlgren, 2005). A Comissão Europeia pode permitir a mudança social e que vozes alternativas tenham um papel na definição da governação pública – quer através de fóruns cívicos que obrigam os representantes do poder a responder e a agir em conformidade com a deliberação pública (Blumler e Coleman, 2010) ou através de qualquer outro mecanismo que envolva os cidadãos na tomada de decisão. A iniciativa neste domínio é essencial se a União Europeia não pretende demitir-se de promover as raízes democráticas que deram origem à sua constituição.

Assim, no que diz respeito à promoção da diversidade e da regulação dos novos *media*, há perspectivas importantes de regulação que relevam desta análise. Uma diz respeito ao enquadramento legal dos blogues, neste momento ainda sem grande substanciação específica, que deve ser cuidadosamente pensado de forma a manter as características de diversidade que

encerram. Nesse sentido, parece, por exemplo, arriscado que seja pensado um qualquer código de conduta para os bloggers. A regra básica deve ser a da liberdade, com responsabilidade, mas sem outras amarras – e a responsabilidade não precisa de grande imposição exterior porque é aí que se constrói a legitimidade do blogger e a sua capacidade de intervenção social. O reconhecimento pelos outros como membro de uma comunidade obriga a uma ética, implícita e auto-aceite, que joga a favor da autoridade do blogger. Os bloggers não devem “profissionalizar-se” ou “ajustar-se” a formas de actuação pré-determinadas sob pena de perderem aspectos importantes para a promoção da diversidade. Continuando os blogues como espaços mantidos por cidadãos que têm como interesse o debate sobre a governação da sociedade, continuaremos a ter intervenções alternativas e diferentes a habitar o espaço público.

A existência de códigos de conduta levou à profissionalização do jornalista e à sua legitimação (Traquina, 2007; Hallin, 2008), mas convém não esquecer que a adopção de práticas profissionais daí decorrentes condiciona o exercício da diversidade e, por essa via, a essência da democracia. A necessidade de um “gancho”, de um pretexto para a notícia, a prevalência da personalização e do recurso a citações contribuíram para retirar o confronto ideológico da discussão política (McChesney, 2008). A necessidade de assegurar um fluxo constante de informação levou ao cultivo das fontes (McQuail, 2003; Wolf, 2003) e à proximidade entre jornalistas e, neste caso, agentes políticos (Franklin, 2003). Por outro lado, a defesa da neutralidade e da objectividade, como marca da profissão do jornalismo, colocam a tónica na perspectiva factual dos acontecimentos que pode acabar em fotografias momentâneas da realidade, sem grandes ligações no tempo e no espaço. Nesse sentido, sendo não-profissional, a intervenção do blogger é mais livre porque não está limitada pela necessidade de um pretexto que cumpra normas ou rotinas produtivas, nem depende de fontes de informação que podem produzir enviesamentos – discute ideologia, alternativas, questiona opções políticas e, embora não o faça com muita frequência, introduz temas diferentes na agenda. Por outro lado, os bloggers perspectivam os acontecimentos de uma forma interpretativa que preenche buracos no tempo e percorre distâncias.

É por isso que a regulação dos blogues deve sobretudo preservar a liberdade neste espaço e evitar espalhar a participação dos cidadãos com regras que possam minar a expressão da diversidade, normalizando a sua intervenção na esfera pública. Por outro lado, parece ainda essencial que a regulação analise com cuidado o que diz respeito ao carácter colectivo que

grande parte destes projectos assume. Como vimos, há uma tendência transversal às diferentes opções do espectro ideológico para constituir blogues que reúnem vários autores, conseguindo desta forma dimensão, mas partilhando ainda afinidades e até sentimentos de pertença. Nesse sentido, podem constituir uma forma de manifestação do “capital social”¹²², cujo declínio nas sociedades ocidentais é associado por Putnam (1995) e por Sander e Putnam (2010), ao declínio na participação política. Não é uma questão menor o facto de termos blogues como projectos maioritariamente colectivos porque isto evidencia que é possível termos indivíduos, a partir de casa e no conforto da individualização, a participar de forma mais ou menos regular em acções de mobilização política. Essa agregação confere dimensão crítica ao blogue, mantendo assim viva a curiosidade dos leitores, ao mesmo tempo que permite ultrapassar, de alguma forma, o que McChesney (2008) vê como uma limitação da Internet para substituir discursos oficiais: a falta de disponibilidade, competências e recursos de cidadãos individuais para oferecer conteúdos atraentes e correctos.

Putnam (1995) defende que é necessário promover, no âmbito social, as colectividades e as associações porque isso levará a um maior comprometimento social com o governo das sociedades. No que diz respeito aos blogues políticos, e já existindo essa forma colectiva, que pode aí fazer a regulação? Evitar agredir essa associação, o que pode significar, num futuro próximo, não cair na tentação de responsabilizar colectivamente todos os membros de um projecto em caso de contencioso judicial e evitar o prejuízo do blogue quando apenas estiver em causa um dos bloggers. O respeito pela colectividade que constitui o projecto de blogue deverá sobrepor-se à responsabilidade individual de um blogger, porque a agregação é, neste caso, uma virtude a preservar. Um blogue colectivo é, em si, uma rede de entreajuda e partilha, que em conexão com outros, providencia a intrincada rede de ligações que constituem a esfera de cidadãos politicamente empenhados.

A blogosfera é uma realidade relativamente recente, com muitas dúvidas a pairar sobre o seu futuro e sobre a forma como os poderes públicos (nacionais e internacionais) a poderão condicionar. Há desafios que certamente não estaremos a perspectivar com clareza. Mas um conhecimento mais profundo das suas características e dinâmicas é um apoio para melhor considerar o seu papel nas actuais sociedades democráticas. Mesmo que a União Europeia não

¹²² Capital social diz respeito às redes sociais e às normas de reciprocidade e confiança às quais as redes deram origem e constituem um ingrediente essencial às democracias e às sociedades (Sander e Putnam, 2010)

venha a privilegiar o direito à participação nos novos *media* no âmbito da sua política e agenda digital, a regulação terá aqui muitos caminhos opcionais e uma das contribuições deste trabalho passa por evidenciar a necessidade de abrir os *media* mais tradicionais ao acesso dos cidadãos, contrariando a institucionalização – da própria acção e iniciativa da entidade reguladora, mas também da cobertura noticiosa no jogo político. A entidade reguladora poderá conseguir abrir espaço para a sociedade civil se obstar à sua “capturação” (em termos de recursos, atenção e acção) pelos partidos políticos, olhando de mote próprio para a manifestação da diversidade.

11.4. Estudo da blogosfera política – contribuições disciplinares

Este trabalho de dissertação procurou avaliar qual o papel dos blogues políticos na promoção do pluralismo e da diversidade, tendo como pano de fundo problemáticas como a regulação e a revitalização da esfera pública. Pensamos ter produzido contribuições significativas para o conhecimento mais profundo desta nova plataforma de deliberação e debate político, providenciando várias perspectivas de análise que contribuíram para uma imagem mais completa da blogosfera enquanto promotora de diversidade e enquanto constituinte da esfera pública. Também a distinção conceptual entre pluralismo e diversidade, aqui proposta, revelou-se operacional em termos da avaliação da manifestação no espaço público da diversificação social e da participação dos cidadãos. Nesse sentido, pode ser também uma distinção conceptual útil em termos de regulação e legislação, assim como na atribuição de competências.

Esta investigação constitui a primeira abordagem sistemática aos blogues políticos portugueses, integrando um olhar sobre os autores, as relações entre eles e outras instâncias, e os seus produtos. Procurámos, com esta pesquisa, providenciar um melhor conhecimento da blogosfera política portuguesa, sobre as suas implicações para a constituição de uma alternativa no jogo da política. Para cada passo da pesquisa, procurámos construir modelos de análise que possam vir a ser reproduzidos numa perspectiva de avaliação temporal, porque este trabalho reflecte sobre uma realidade que é dinâmica e que está em processo de mudança permanente. A ser possível uma reavaliação no tempo, teremos portanto indicadores comparáveis. Assim, evidenciámos traços importantes a definir no perfil dos bloggers, características das hiperligações que descrevem a construção de um discurso diferente e categorias relevantes para a análise

comparativa dos produtos dos blogues políticos face aos *media* tradicionais. Assinalámos ainda a relevância de olhar para as hiperligações em termos da construção de um novo discurso, não linear, de sentido comprometido às incursões na rede, o que demonstra um nível de controlo diferente no espaço político da blogosfera.

Conhecido melhor este objecto de estudo, e alargando agora o nosso olhar às ciências da comunicação e também às reflexões sobre a participação política nas sociedades democráticas, será ainda possível levantar algumas questões a partir das conclusões desta tese, contribuindo para os debates que actualmente atravessam esses campos disciplinares.

11.4.1. O diálogo inter-*media*

Grande parte da discussão actual no campo das ciências da comunicação perspectiva diferentes possibilidades sobre a oposição velhos/novos *media*, nomeadamente a convergência de ambos possibilitada pela digitalização e informatização, ou a substituição dos velhos meios de comunicação social pelos novos *media*, em particular pela Internet. Há, ainda, uma terceira perspectiva de análise que examina as possibilidades de diálogo entre novos e velhos meios. A história dos meios de comunicação social evidencia que a chegada de um novo meio sempre “ameaçou” os existentes com o fantasma da extinção: a rádio iria acabar com a imprensa, a televisão iria acabar com a rádio e a Internet iria acabar com todos. Este raciocínio acompanhou também a evolução das redes sociais, tendo a blogosfera sido vaticinada ao desaparecimento, ou, pelo menos, à minorização, porque, entretanto, o Facebook e o Twitter foram ganhando terreno.

Há todavia uma lição a retirar da história dos *media* neste aspecto: a de que os diversos meios não desaparecem com a evolução tecnológica, adaptam-se e centram-se nas suas especificidades face aos restantes. A blogosfera continua dinâmica, como vimos, pelo número de posts e hiperligações efectuadas no nosso período em análise. É certo que muitos debates e conversações políticas terão agora lugar também nas outras redes sociais, sobretudo no Facebook com maior nível de adesão em Portugal. Contudo, isso não significa que os blogues políticos vão desaparecer ou deixar de ter debate. Aliás, como vimos no inquérito efectuado aos bloggers, as outras redes sociais são uma plataforma adicional para três quartos dos inquiridos.

Ou seja, assistimos antes a uma duplicação de presença na esfera pública digital e não a uma substituição.

Por outro lado, os blogues políticos têm características distintivas que os tornam mais propícios ao debate. A apresentação gráfica propicia um debate mais profundo, porque permite textos mais longos e porque o ritmo de actualização é mais estável – as outras redes sociais são mais dadas à troca de impressões curtas, com um *feed* de notícias mais dinâmico, que leva muitas vezes à perda de informação. Os blogues permitem ainda uma imagem colectiva, agregando perspectivas (por vezes) convergentes e mesmo desacordos internos que sedimentam posições e solidificam o debate. Os blogues têm uma particularidade muito importante: a possibilidade de arquivo, acessível por um sistema de indexação rápida que permite identificar facilmente autores e temas. Como vimos, os blogues contribuem de uma forma muito significativa para a memória do debate político.

Os bloggers dos blogues políticos mais lidos em Portugal constituem um grupo de pessoas com outras profissões e ocupações que utilizam a internet para a sua participação política: estarão dentro do conjunto utilizadores /produtores, ou o que Toffler (1999) chamou de “prosumers”, inscrevendo-se numa dicotomia, já apresentada no capítulo 4, de fronteiras esbatidas entre profissionais e amadores. Mas os resultados deste estudo questionam, em certa medida, a relevância que pode ser atribuída, nomeadamente por correntes de investigação mais optimistas em relação ao potencial da internet, aos “amadores” (não no sentido de pessoas que não sabem fazer, mas sim de produtores que não estão enquadrados profissional ou organizacionalmente).

Os bloggers políticos são “amadores” e nem procuram cumprir o papel profissional dos *media* tradicionais e, todavia, na construção da sua presença na blogosfera e na esfera pública o que privilegiam é o conjunto dos conteúdos “profissionais” – as hiperligações raramente têm como destino conteúdos gerados pelos utilizadores (com excepção para os outros blogues). Este facto é, sobretudo, visível nos links para sites como You Tube, cuja vocação essencial passaria por disponibilizar espaço aos utilizadores (van Djick, 2009). No entanto, os conteúdos linkados pelos bloggers políticos são essencialmente peças televisivas, músicas ou excertos de filmes – tudo “profissional”. A confiança é depositada assim nessa categoria de produtos, sobretudo tendo em consideração que é com esses vídeos profissionais que os bloggers mais acedem a comprometer integralmente o sentido das suas mensagens. No mesmo sentido, é com os outros blogues, amadores como eles, que menos cedem espaço. Ou seja, os “amadores” e os

“utilizadores/criadores” da net não tendem a privilegiar-se uns aos outros, o que levanta dúvidas sobre o papel que podem vir a ocupar na esfera pública digital.

Assim, os blogues, enquanto novos *media*, não vieram ocupar o espaço dos meios de comunicação tradicionais, os velhos *media*. Aliás, grande parte dos conteúdos discutidos nos blogues tem origem nos *media mainstream*, em particular da imprensa. O que estes resultados evidenciam é os *media* interagem e são interdependentes, não havendo uma hierarquia entre eles: “as práticas dos actores sociais na sociedade em rede são práticas que combinam *media* na procura de obtenção de resultados e não são usos isolados de um determinado medium” (Cardoso, 2006: 194). A interdependência entre blogues e *media* é também visível na partilha de agendas de temas políticos tratados. Este trabalho não identificou nenhum sentido de influência em termos de *agenda-setting*, considerando que existem relações complexas entre bloggers, agentes políticos e jornalistas na tematização do conteúdo dos blogues. É claro que, não sendo objectivo primário desta investigação avaliar esse sentido de agendamento e das influências, as metodologias de análise aqui utilizadas não serão as mais adequadas para produzir conclusões que possam contribuir para essa problemática. Sendo um aspecto importante em termos de pesquisa futura, poderá evidenciar lógicas de interdependência que ilustrem o papel destes novos agentes políticos.

11.4.2. Participação e democracia: cidadãos e partidos políticos

A participação de cidadãos na esfera política é considerada essencial para dar sentido à democracia e torná-la viável. As formas mais tradicionais como o voto ou o envolvimento em partidos políticos e outras formas de organizações sociais duradouras têm vindo a ser questionadas, dado o seu declínio nas últimas décadas. A identificação desta circunstância com um distanciamento cívico genérico dos cidadãos ou cinismo face à política ofusca a existência de outras formas de participação, também elas essenciais ao funcionamento democrático. Aliás, uma maior sofisticação dos eleitorados contemporâneos não se tem traduzido em maiores índices de comparência eleitoral, mas numa mudança na natureza da participação (Dalton, 1988).

Os novos *media* electrónicos providenciaram espaço para a expressão das novas modalidades de participação, em particular fornecendo fóruns de debate. “As formas de participação política centrais para a ciberdemocracia não contemplam a votação, mas sim a discussão e promoção de actividade política (Cardoso, 2006: 455). É nesse sentido que se perspectiva a presença de cidadãos que debatem as opções políticas do seu país (e também Europa) em espaços providenciados pelas novas tecnologias. Os blogues revestem essa condição de nova modalidade de participação política e os seus actores sociais podem dar algumas indicações sobre a modalidade que subscreve. Assim, face aos resultados deste trabalho, que perfil de participação podemos traçar?

Em primeiro lugar, convém assinalar que as potencialidades tecnológicas não modificaram alguns aspectos importantes relacionados com a participação política, nomeadamente o sexo (Dalton, 1988) ou o domínio sobre os instrumentos culturais e sociais. No entanto, há algumas diferenças que podem interrogar alguns modos de percepção da participação política. O facto de estes cidadãos empreenderem uma actividade diária de comentário e questionamento das opções políticas evidencia uma população que não se revê apenas num conceito de democracia representativa. Em primeiro lugar, isso é claro na opção pela deliberação, mas existe ainda nos discursos produzidos nessa instância elementos que evidenciam um distanciamento face à partidarização e institucionalização da democracia representativa, assim como das suas figuras mais importantes.

Como vimos, a deliberação por via da substância das opções políticas exclui, neste contexto, uma atenção do dia-a-dia dos partidos políticos e às acções tácticas. Estes cidadãos ignoram quase em absoluto o Parlamento e raramente olham para a Presidência da República. Os temas debatidos em função das alas ideológicas dos autores passam por analisar a implicação das políticas, não a visão dos políticos. Mais que pessoas, olham para ideias. E estes factos condicionam a perspectiva da acção política, que não condiz com a que é conduzida pelos partidos políticos. Estes, afirma Cardoso (2006: 451), preferindo o Governo e as administrações à representação dos interesses da sociedade, “transformam-se em organizações de campanhas eleitorais, alterando assim as suas funções tradicionais enquanto associações programáticas de organização e mobilização política de cidadãos”. Os bloggers não se revêem nos partidos actuais e isso afecta a forma como exercem a sua cidadania.

O modelo actual de política proposto pelo paradigma da sociedade em rede (Castells, 2003; Cardoso, 2006) é informacional no sentido em que se desenvolve num quadro em que a mediação desempenha um papel fundamental, sem preconizar um modelo único de comunicação política. Mas assume um papel central para os *media*, sem os quais as propostas políticas não podem obter ampla base de apoio. Assim, “a política está essencialmente enquadrada, na sua essência, organização, processo e liderança pela lógica inerente ao sistema dos meios de comunicação, em particular pelos novos *media* electrónicos” (Castells, 2003: 387). Há espaço para acção política fora desse modelo, que tomou conta também da esfera parlamentar? Cardoso (2006: 412) afirma que “a política extra-parlamentar, gerida pelos movimentos sociais e cidadãos com agendas políticas individualizadas, porque recusa as regras desse modelo de política informacional, encontra, no acesso aos novos *media*, fórmulas para chegar até às populações ou recriar novas ligações com os espaços simbólicos tradicionais de mediação da cidadania”.

Os bloggers encontraram no acesso à blogosfera um espaço para uma discussão política diferente, à margem dos partidos e dos *media* – numa oposição que assume ainda vertente económica se pensarmos que os bloggers debatem a política por gosto, enquanto os outros dois vértices estão envolvidos em pesadas organizações financeiras. A influência deste “mercado político gratuito” está ainda por estudar, mas não passa despercebido, como salienta a blogger Shyznogud (Shyznogud, 2001) ao considerar que a blogosfera permite aos *media* recrutar opinião “a custo zero”. Isto permite-nos ainda interrogar sobre o papel gratuito dos bloggers junto dos políticos tradicionais e dos seus assessores, já que os autores da blogosfera consideram fazer, como vimos nos resultados do inquérito o seu “trabalho de casa”.

É ainda curioso assinalar que o discurso dos blogues ignora aspectos centrais dos agentes políticos e dos *media*, nomeadamente a recusa em explorar os bastidores políticos e a dependência dos políticos face à televisão (Castells, 2003; Cardoso, 2006). Os bloggers demonstram uma clara preferência pela imprensa, recusam a coscuvilhice, a personalização, o *soundbyte*, a política de escândalo – representando, desta forma, a diferença na esfera pública. Contudo, a sua amplificação e influência na esfera pública depende, quase exclusivamente, do espaço que lhes for dar pelos *media* tradicionais, já que estes continuam a ser o caminho para a afirmação e legitimação pública. O resultado depende de conseguirem obter esse palco sem

perder a originalidade do papel que desempenham, consolidando assim um novo modo de participação política.

12. Bibliografia

Livros e artigos

Ackland R (2005). 'Mapping the U.S. Political blogosphere: are conservative bloggers more prominent?', *Blogtalk Downunder 2005 Conference*.

Adamic L, Glance N (2005). 'The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog', *Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery*:36–43.

Ali-Hasan N, Adamic L (2007). 'Expressing social relationships on the blog through links and comments'. Paper presented at the [*International Conference on Weblogs and Social Media \(ICWSM\)*](#), Boulder, CO.

Araújo V, Neto P, Cheta R, Cardoso G (2009). 'Bloguistas: dos mass-media aos self-media', in G. Cardoso, R. Espanha, V. Araújo (Orgs.) *Da comunicação de Massa à Comunicação em Rede*, Porto: Porto Editora.

Armstrong E (2005). *Integrity, Transparency and Accountability in Public Administration: Recent Trends, Regional and International Developments and Emerging Issues*, United Nations, disponível em <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN020955.pdf>, ultimo acesso a 05 de Julho de 2012.

Aufderheide P (2008). 'Filtering the Media Smog: researching the Public's Interest in the Media Environment', in R. E. Rice (Ed.) *Media Ownership – research and regulation*, Cresskil: Hampton Press.

Avraham E (2002). 'Social-political environment, journalism practice and coverage of minorities: the case of the marginal cities in Israel', *Media, Culture and Society* 24: 69-86.

Avraham E (2003). 'Press, Politics, and the Coverage of Minorities in Divided Societies: The Case of Arab Citizens in Israel', *The Harvard International Journal of Press/Politics* 8(4): 7-26.

Azevedo J, Seixas MJ (2011). 'Questões de género na participação digital', *Media e Jornalismo – Inclusão e participação digital: olhares sobre a sociedade portuguesa*, n.º 19 (10), Lisboa: CIMJ.

Baker COMISSÃO EUROPEIA (2007). *Media concentration and Democracy – why ownership matters*, Cambridge: Cambridge University Press.

Barbosa E, Granado A (2004). *Weblogs – diário de bordo*, Porto: Porto Editora.

Barthes R (1968). *La mort de l'Auteur*, Manteia.

Benhabib S (1992). 'Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jürgen Habermas', in C. Calhoun (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT press.

Black J (2002). *Critical Reflections on Regulation*. London: Centre for Analysis of Risk and Regulation at the London School of Economics and Political Science

Blood R (2000). *Weblogs: an history and perspective*, disponível em http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html, ultimo acesso a 04 de Julho de 2012.

Blumler JG, Gurevitch M (2000) 'Rethinking the study of political communication', in J. Curran e M Gurevitch (Eds.) *Mass Media and Society*, London: Arnold.

Blumler JG, Coleman S (2010). 'Political communication in freefall: the British case – and others?', *The International Journal of Press/Politics* 15 (2): 139-154.

Bohman J (1996). *Public Deliberation*, Cambridge: MIT.

Borgatti SP, Everett MG, Freeman LC (2002). *Ucinet for Windows: Software for Social Network Analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.

Boulianne S (2009). 'Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of Research', *Political Communication* 26 (2): 193-211.

Bourdieu P (2003). *Questões de sociologia*, Lisboa: Fim de Século.

Briggs A, Burke P (2005). *A Social History of the Media – From Gutenberg to the Internet*, Cambridge: Polity Press.

Bruns A, Wilson JA, Saunders BJ, Highfield TJ, Kirchhoff L, Nicolai T (2008). 'Locating the Australian Blogosphere: Towards a New Research Methodology', in *Proceedings ISEA 2008: International Symposium on Electronic Arts*, Singapore.

Bruns A, Adams D (2009). 'Mapping the Australian political blogosphere', in A. Russell & N. Echaibi (Eds.) *International blogging: Identity, politics, and networked publics*, New York: Peter Lang, 85-111.

Burnay N, Klein A (2007). 'Blogs et questionnements méthodologiques', in A. Klein (Dir.) *Objectif blogs! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris: L'Harmattan.

- Cádima FR (2009). 'Para a história do pluralismo na RTP: Análise de deliberações e estudos da AACs e da ERC', *Anexo dos Congressos 6º SOPCOM / 8º LUSOCOM*.
- Calhoun C (1992). 'Introduction: Habermas and the Public Sphere', in C. Calhoun (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT press.
- Campus D (2012). 'Political discussion, opinion leadership and trust', *European Journal of Communication* 27 (1): 46-55.
- Canavilhas J (2004). *Blogues políticos em Portugal: o dispositivo criou novos actores?*, disponível em www.bocc.ubi.pt, último acesso a 05 de Maio de 2011.
- Canotilho JG, Moreira V (2007). *Constituição da República Portuguesa Anotada – Vol. 1* (4ª Ed. Revista), Coimbra: Coimbra Editora.
- Cardoso G (2006). *Os media na sociedade em rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cardoso G (2009a). 'Da comunicação de massa para a comunicação em rede', in G. Cardoso, F. R. Cádima e L. L. Cardoso (Coord.) *Média, redes e comunicação – Futuros presentes*, Lisboa: Quimera
- Cardoso G (2009b). 'Da comunicação de massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade de informação', in G. Cardoso, R. Espanha e V. Araújo (Orgs.) *Da comunicação de massa à comunicação em rede*, Porto: Porto Editora.
- Carpentier N (2011). *Media and Participation*, Bristol: Intellect.
- Carpentier N (2009). 'Participation is not enough: The conditions of possibility of mediated participatory practices', *European Journal of Communication* 24 (4): 407–420
- Carvalho AA (2011). 'O pluralismo na legislação da comunicação social', in P. Faustino (Coord.) *Pluralismo, Concentração e regulação dos media*, Odivelas: *Média XXI*, 132-143.
- Carvalho T, Casanova JL (2010). 'Esfera Pública, democracia e Internet: os bloggers em Portugal', *Observatório Journal* 4 (2): 91-118.
- Castells M (2005). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (Vol.I) – A Sociedade em Rede* (2ª Ed.), Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells M (2003). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (Vol.II) – O poder da Identidade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells M (2008). 'The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance', *The annals of the American Academy of Political and Social Sciences* 616: 78-93.

Castells M (2009). *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza Editorial.

Champagne P (2000). 'Os Média, as sondagens de opinião e a democracia', in *Os cidadãos e a Sociedade de Informação – Debates Presidência da República*, Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Chin A, Chignell M (2007). 'Identifying communities in blogs: roles for social network analysis and survey instruments', *International Journal of Web Based Communities* 3 (3): 345-363.

Cottle S (2003). 'News, public relations and power: mapping the field', in S. Cottle (ed.) *News, public relations and power*, London: Sage.

Couldry N (2003). *Media rituals – a critical approach*, London: Routledge.

Couldry N (2009). 'Does 'the Media' have a future?', *European Journal of Communication*, 24 (4): 437-449.

Couldry N, Livingstone S, Markham T (2010). *Media consumption and public engagement – beyond the presumption of attention*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Cunha C, Seiceira F (2009). 'Os novos media, os cidadãos e o Parlamento em Portugal: a continuidade do fosso digital da democracia electrónica e as lições a retirar da experiência de Obama', in A. Freire e J. Viegas (Org.) *Representação política – O caso Português em perspectiva comparada*, Lisboa: Sextante Editora.

Cunha IF, Santana FC (2011). 'Inclusão digital no centro: consumos e práticas estudantis', in *Media e Jornalismo – Inclusão e participação digital: olhares sobre a sociedade portuguesa*, n.º 19 (10), Lisboa: CIMJ

d'Haenens L, Sousa H, Hultén O (2011). 'From public service broadcasting to public service media', In J. Trappel, W. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers, B. Thomass (Eds.) *Media in Europe Today*, Chapt. 11: 185-218, Bristol: Intellect.

Dacheux E (2008). *L'Espace Public*, Paris: CNRS Éditions.

Dahlberg L (1998). 'Cyberspace and the Public Sphere: exploring the democratic potential of the net' *Convergence* 4: 70-84.

Dahlgren P (2005). 'The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation', *Political Communication* 22: 147-162.

Dahlgren P (2006). 'Doing citizenship : The cultural origins of civic agency in the public sphere', *European Journal of Cultural Studies* 9 (3): 267-286.

Dalton RJ (1998). *Citizen politics in western democracies*, New Jersey: Chatham House Publishers.

Dalton RJ (2008). *Citizen politics: public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, Washington: CQ Press.

Davis A (2000). 'Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national *media*', *New Media and Society*, 22: 39-59.

Davis A (2003). 'Public Relations and News Sources', in S. Cottle (ed.) *News, public relations and power*, London: Sage.

Davis A (2009). 'Journalist–source relations, *mediated* reflexivity and the politics of politics', *Journalism Studies* 10 (2): 204-219.

De Bens E (2007). '*Media* between culture and commerce: an introduction', in E. De Bens (Ed.) *Media Between Culture and Commerce*, Bristol and Chicago: Intellect.

Dearing JW, Rogers EM (1996). *Agenda-Setting*, Thousand Oaks: Sage.

Delwiche A (2005). 'Agenda-setting, opinion leadership and the world of web logs', *First Monday* 10 (12), online.

DeNardis L (2009) *Protocol Politics – the globalization of Internet Governance*, Massachusetts: MIT.

Denzin NK, Lincoln YS (1998) 'Introduction: Entering the field of qualitative research' in NK Denzin and YS Lincoln (Ed.) *The landscape of qualitative research – theories and issues*, Thousand Oaks: Sage.

Deuze M (2007). 'Convergence culture in the creative industries', *International Journal of Cultural Studies* 10(2): 243–263

Doyle G (2002a). 'What's new about the future of communications? An evaluation of recent shifts in UK *media* ownership policy', *Media Culture and Society* 24: 715-724.

Doyle G (2002b) *Media Ownership: Concentration, Convergence and Media Policy*, London: Sage.

Drezner DW, Farrell H (2005). 'The power and politics of blogs', paper presented at the *2004 American Political Science Association*, disponível em <http://www.henryfarrell.net/blogpaperapsa.pdf>

Drezner DW, Farrell H (2008). 'Introductions: Blogs, politics and power: a special issue of Public Choice', *Public Choice* 134: 1-13.

Ekdale B, Namkoong K, Fung T, Perlmutter D (2010) 'Why blog? (Then and now): exploring the motivations for blogging by popular American political bloggers', *New Media and Society* 12: 217-234, 2010.

El-Nawawy M, Khamis S (2010) 'Political blogging and (Re) envisioning the virtual public sphere: muslim-christian discourses in two Egyptian blogs', *The International Journal of Press/Politics* 16(2): 234-253.

Epstein MM (2008). 'From scarcity to market power Quid Pro Quo: toward a workable right of access in U.S. Media', in R. E. Rice (Ed.) *Media Ownership – research and regulation*, Cresskill: Hampton Press.

Esteves JP (2003). *A ética da comunicação e os media modernos – legitimidade e poder nas sociedades complexas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Etlings B, Kelly J, Faris R, Palfrey J (2010). 'Mapping the Arabic blogosphere: politics and dissent online', *New Media and Society* 12 (8): 1225-1243.

Faustino P (2011). *Pluralismo, Concentração e regulação dos media*, Odivelas: Media XXI.

Figueiras R (2008). 'O comentário político e a política do comentário', in M. L. Martins e M. Pinto (Orgs.) *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, Braga: Universidade do Minho.

Flick U (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*, Madrid: Ediciones Morata.

Fonseca P (2007). *Blogues Proibidos*, Lisboa: Centro Atlântico.

Fontcuberta M (2010). *A notícia – pistas para compreender o mundo*, Alfragide: Casa das Letras.

- Foucault M (1971). *A Ordem do Discurso*, Paris: Éditions Gallimard (Tradução Inédita de Edmundo Cordeiro)
- Franklin B (2003). 'A good day to bury bad news?': journalists, sources and the packaging of politics', in S. Cottle (ed.) *News, public relations and power*, London: Sage.
- Franco G (1993). *A censura à imprensa*, Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Fraser N (1992). 'Rethinking the public Sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy', in C. Calhoun (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT press.
- Freire A, Meirinho M (2009). 'Reformas institucionais em Portugal: a perspectiva dos deputados e dos eleitores', in A. Freire e J. Viegas (Org.) *Representação política – O caso Português em perspectiva comparada*, Lisboa: Sextante Editora.
- Galston W (2002). *Liberal Pluralism: the Implications of Value Pluralism for Political Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gardam T, Levy DAL (2008). *The price of Plurality*, Oxford: Reuters Institute.
- Gardam T (2008). 'The purpose of plurality', in T. Gardam and D. A. L. Levy (Ed.) *The price of Plurality*, Oxford: Reuters Institute.
- Garnham N (1992). 'The media and the public sphere', in C. Calhoun (Ed.) *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge: MIT press.
- Giddens A (1997). *Para além da Esquerda e da Direita*, Oeiras: Celta Editora.
- Gil de Zúñiga H, Puig-i-Abril E, Rojas H (2009). 'Weblogs, traditional sources online and political participation: na assessment of how the Internet is changing the political environment', *New Media and Society* 11 (4): 553-574.
- Gitlin T (2002). *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*, New York: Henry Holt.
- Gomes MJ, Silva AR (2006). 'A blogosfera escolar portuguesa: contributos para o conhecimento do estado da arte', *Prisma.com*, disponível em http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/16_maria_joao_gomes_e_ana_rita_silva_prisma.pdf, último acesso a 06 de Dezembro de 2011.
- Granado A (2004). 'Algumas notas sobre o panorama da blogosfera portuguesa', *Comunicação e Sociedade n.º 5*, Braga: CECS.

Greffet F (2007). 'Les blogs politiques: enjeux et difficultés de recherche à partir de l'exemple français', *Communication (Online)* 25 (2), último acesso a 22 de Março de 2012.

Guerra IC (2006). *Pesquisa Qualitativa e Análise de conteúdo – sentidos e formas de uso*, Parede: Principia Editora.

Gurevitch M, Coleman S, Blumler JG (2009). 'Political Communication – Old and New *Media* Relationship', *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 625: 164-181.

Gusse I (2006). 'Diversité et indépendance des médias: une question de démocratie', in I. Gusse (Dir.) *Diversité et indépendance des médias*, Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.

Habermas J (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: MIT.

Hackett RA (1993). 'Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos *media* noticiosos', in N. Traquina (Org) *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Vega.

Hallin DC (2008). 'Neoliberalism, social movements and change in *media* systems in the late twentieth century', in D. Hesmondhalgh and J. Toynbee (Ed.) *The media and social theory*, Oxon: Routledge.

Hallin DC, Mancini P (2010). *Sistemas de media: estudo comparativo – três modelos de comunicação e política*, Lisboa: Livros Horizonte.

Harcourt A (2005). *The European Union and the regulation of media markets*, Manchester: Manchester University Press.

Hargittai E, Gallo J, Kane M (2008) 'Cross-ideological discussion among conservative and liberal bloggers', *Public Choice* 134: 67-86.

Hartley J (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media – conceitos-chave*, Lisboa: Quimera.

Hellman H (2001). 'Diversity – an end in itself?: Developing a multi-measure methodology of television programme variety studies', *European Journal of Communication* 16 (2): 181-208.

Herman ES, Chomsky N (1988). *Manufacturing consent*, Nova Iorque: Pantheon Books.

Herring SC, Scheidt LA, Kouper I, Wright E (2007). 'Longitudinal content analysis of blogs: 2003-2004', in M. Tremayne (ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Heywood A (2007). *Political ideologies – an introduction* (4th Ed.), New York: Palgrave Macmillan.

Hillve P, Majanen P, Rosengren KE (1997). 'Aspects of Quality in TV programming: structural diversity compared over time and space', *European Journal of Communication* 12 (3): 291-318.

Hitchens L (2006). *Broadcasting Pluralism and Diversity*, Portland: Hart Publishing.

Huesca R, Dervin B (1999). 'Hypertext and Journalism: Audiences Respond to Competing News Narratives', paper presented at the *Media in Transition Conference* at MIT on October 9, 1999, disponível em <http://web.mit.edu/m-i-t/articles/huesca.html>, ultimo acesso a 05 de Julho de 2012.

Innerarity D (2006). *O novo espaço público*, Lisboa: Editorial Teorema.

Jeanneney JN (1986). *Uma história da Comunicação Social*, Lisboa: Terramar.

Jeudy HP (1995). *A sociedade transbordante*, Lisboa: Edições Século XXI.

Johnson T, Kaye BK (2007). 'Blog readers: Predictors of reliance on war blogs', in M. Tremayne (ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Jones J, Himmelboim I (2010). 'Just a guy in pajamas? Framing the blogs in mainstream US newspaper coverage (1999–2005)', *New Media and Society* 12 (2): 271-288.

Kaitatzi-Whitlock S (1996) 'Pluralism and Media Concentration: Media Policy as Industrial Policy', *European Journal of Communication* 11, 453-483.

Karppf D (2008). 'Measuring influence in the political blogosphere – who's winning and how can we tell', *Politics and Technology Review*, George Washington University's Institute for Politics, Democracy & The Internet.

Karppinen K (2009). 'Rethinking media pluralism and communicative abundance', *Observatorio (OBS*) Journal* 11: 151-169.

Karppinen K (2007). 'Against naïve pluralism in media politics: on the implications of the radical-pluralist approach to the public sphere', *Media Culture and Society* 29 (3): 495-508.

Katambwe JM (2002). 'La communication internationale à l'épreuve des faits: le paradigme des réseaux', in G. Brunel and C. Y. Charron (Dir) *La communication internationale – mondialisation, acteurs et territoires socioculturels*, Boucherville: Gaëtan Morin Éditeur.

Kaye BK (2007). 'Blog use motivations: an exploratory study', in M. Tremayne (ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Keane J (1984) *Public life and late capitalism: toward a socialist theory of democracy*, Cambridge: Cambridge University Press.

Klein A (2007). *Objectif blogs! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris: L'Harmattan.

Klein H (2002). 'ICANN and Internet Governance: leveraging technical coordination to realize global public policy', *The Information Society* 18: 193-207.

Klimkiewicz B (2005). 'Media Pluralism: European Regulatory Policies and the case of Central Europe', *EUI Working Paper RCAS No. 2005/19*, San Domenico di Fiesole: European University Institute.

Klimkiewicz B (2009). 'Is the clash of rationalities leading nowhere? Media Pluralism in European Regulatory Policies', in A. Czepek, M. Hellwig, E. Novak (Eds) *Press Freedom and Pluralism in Europe – Concepts and Conditions*, Bristol/Chicago: Intellect Books.

Kochan DJ (2006). 'The blogosphere and the new pamphleteers', *Nexus* 11, Chapman University School of Law.

Koop R, Jansen HJ (2009). 'Political blogs and blogrolls in Canada: forums for Democratic deliberation', *Social Science Computer Review* 27: 155-173.

Kovach B, Rosenstiel T (2004). *Os elementos do Jornalismo*, Porto: Porto Editora.

La Porte T, Medina M, Sábada T (2007) 'Globalization and Pluralism: The Function of Public Television in the European Audiovisual Market', *International Communication Gazette* 69: 377-399.

Leccese M (2009). 'Online information sources for political blogs', *Journalism & Mass Communication Quarterly* 86 (3): 578-593.

Lévy P (2001). *O que é o Virtual*, Coimbra: Quarteto.

Lievrouw L (2008). 'Oppositional new media, ownership and access from consumption to reconfiguration and remediation', in R. E. Rice (Ed.) *Media Ownership – research and regulation*, Cresskill: Hampton Press.

Lippmann W (1977). *Public Opinion*, New York: Free Press Paperbacks.

Lister M, Dovey J, Giddings S, Grant I, Kelly K (2003). *New Media: a critical introduction*, Oxon: Routledge.

Livingstone S (2004). *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies* [online]. London: LSE Research Online. Disponível em <http://eprints.lse.ac.uk/1017>, ultimo acesso a 05 de Julho de 2012.

Lopes F, Santos HC (2011). 'Os comentadores residentes da televisão portuguesa', in F. Lopes (Org) *A TV dos jornalistas*, Braga: CECS.

Martins MM (2004). *Participação Política e Democracia*, Lisboa: ISCSP.

Mattelart A (1999). *A mundialização da comunicação*, Lisboa: Instituto Piaget.

McChesney R (2000). *Rich Media, Poor Democracy – communication politics in dubious times*, New York: New Press.

McChesney R (2008). 'Media and Politics in the United States Today', in R. E. Rice (Ed.) *Media Ownership – research and regulation*, Cresskil: Hampton Press.

McCombs ME, Shaw DL (1972). 'The agenda-setting function of the press', *Public Opinion Quaterly* 36: 176-187.

McCombs ME, Einsiedel E, Weaver D (1991). *Contemporary Public Opinion*, Hillsdale: Lawrence Elbaum Associates.

McCombs ME (1993). 'The evolution of Agenda-Setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas', *Journal of Communication* 43 (2): 58-67.

McCombs ME (2004). *Setting the agenda: The Mass Media and Public Opinion*, Cambridge: Polity Press.

McCombs ME (2005). 'A look at agenda-setting: past, present and future', *Journalism Studies* 6 (4): 543-557.

McIvor R, McHugh M, Cadden C (2002). 'Internet technologies: supporting transparency in the public sector', *International Journal of Public Sector Management* 15 (3): 170 – 187.

McNair B (2006). *Cultural Chaos – Journalism, News and Power in a Globalised World*. London: Routledge.

McQuail D (1992) *Media performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage.

McQuail D (2003) *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

McQuail D (2011). 'Publication in a free society: The problem of accountability'. in M. Pinto e H. Sousa (Eds) *Communication and citizenship – Rethinking crisis and change*, Coimbra: Grácio Editor.

McQuail D, van Cuilenburg J (1983). 'Diversity as a *media* policy goal: a strategy for evaluative research and a Netherland Case Study', *International Communication Gazette* 31: 145-162.

Meraz S (2011). 'The fight for 'how to think': Traditional *media*, social networks, and issue interpretation', *Journalism* 12(1): 107-127.

Moe H (2010). 'Everyone a pamphleteer? Reconsidering comparisons of mediated public participation in the print age and the digital era', *Media Culture and Society* 32 (4): 691-700.

Moe H (2011). 'Mapping the Norwegian blogosphere: methodological challenges in internationalizing Internet research', *Social Science Computer Review* 29(3): 313-326.

Montez R, Gama JV (2006). 'Esfera Pública @ Blogosfera – Análise das relações entre a imprensa e a blogosfera ao nível do debate político', *Prisma.com*, último acesso a 05 de Maio de 2011.

Mora-Figueroa B (2009). *El mercado global de la comunicación – Éxitos y fracasos*, Pamplona: Eunsa.

Morris M, Ogan C (2009). 'The Internet as Mass Medium', in L. Lievrouw and S. Livingstone (Ed) *New Media – volume 1, Visions Histories Mediation*, London: Sage.

Mouffe C (2005). 'The limits of John Rawls's pluralism', *Politics Philosophy Economics* 4 (2): 221-231.

Moura LM (2009). *Assimetrias de comportamentos na blogosfera política portuguesa*, dissertação em Sociologia, Lisboa: ISCTE

Mowlana H (1985). *International Flow of Information: a Global Report and Analysis*, Paris: UNESCO.

Mueller M, Mathiason J, Klein H (2007). 'The Internet and Global Governance: Principles and Norms for a New Regime', *Global Governance* 13: 237–254.

Murciano M (2006). 'As políticas de comunicação face aos desafios do novo milénio: pluralismo, diversidade cultural, desenvolvimento económico e tecnológico e bem-estar social', in H. Sousa (Org.) *Comunicação, Economia e Poder*, Porto: Porto Editora.

Negrine R, Papathanassopoulos S (1991). 'The internationalization of television', *European Journal of Communication* 6: 9-32.

Nielsen J (1995). *Multimedia and hypertext – the Internet and beyond*, Cambridge: Academic Press.

Nieminen H, Trappel J (2010). 'Media serving democracy', in J. Trappel, W. A. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers, B. Thomass (Ed.) *Media in Europe Today*, Bristol: Intellect Books.

Noelle-Neuman E (2002). 'Os efeitos dos meios de comunicação na pesquisa sobre os seus efeitos', in J. P. Esteves (Org.) *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: *Media e Jornalismo/ Livros Horizonte*.

Notaro A (2006). 'The Lo(n)g revolution: the blogosphere as an alternative public sphere?' *Reconstruction* 6.4.

Obercom (2010). *A utilização na Internet em Portugal 2010*, Lisboa: Obercom.

Oliveira JMP, Barreiros JJ, Cardoso GL (2004). 'A Internet na construção de uma cidadania participada', in J. M. P. Oliveira, G. L. Cardoso, J. J. Barreiros (Org) *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, Lisboa: Quimera.

Papacharissi Z (2002). 'The virtual sphere – the Internet as a public sphere', *New Media and Society* 4: 9-25.

Papacharissi Z (2007). 'Audiences as media producers: content analysis of 260 blogs', in M. Tremayne (ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Papacharissi Z (2010). *A private sphere – democracy in a digital age*, Cambridge, Malden: Polity.

Park HW, Thelwall M (2008). 'Developing network indicators for ideological landscapes from the political blogosphere in South Korea', *Journal of computer-mediated communication* 13: 856-879.

Park HW (2003). 'Hyperlink network analysis: a new method for the study of social structure on the web', *Connections* 25 (1): 49-61.

Paterson C (2006). 'News Agency Dominance in International News on the Internet', Centre for International Communications Research, *International and Global Communication* No. 01/06, ISSN 1752-1793, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/cicr/exhibits/42/cicrpaterson.pdf>

Picard RG (2010). *Value creation and the future of news organizations*, Lisboa: Editora Media XXI.

Pina V, Torres L, Royo S (2007). 'Are ICTs improving transparency and accountability in the EU regional and local governments? An empirical study', *Public Administration* 85 (2): 449-472.

Pinto M (2004). 'Um potencial de enriquecimento da vida pública' (Prefácio), in E Barbosa e A Granado, *Weblogs – Diário de Bordo*, Porto: Porto Editora.

Pinto M (2008). 'A cidadania e os media em Portugal: Notas sobre um quinquénio de sinais contraditórios', in M. Pinto e S. Marinho (2008) *Os Media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*, Comunicação e Sociedade, Vol. 12.

Polat RK (2005). 'The Internet and Political Participation: exploring the explanatory links', *European Journal of Communication* 20(4): 435-459.

Pole A (2010). *Blogging the Political – politics and participation in a networked society*, New York: Routledge.

Puppis M (2010). 'Media Governance: a new concept for the analysis of media policy and regulation', *Communication, Culture and Critique* 3: 134-149.

Putnam RD (1995). 'Bowling Alone: America's declining social capital', *Journal of Democracy* 6 (1): 65-78.

Quiy R, Campenhoudt LV (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva.

Rabaça CEG (2002). O regime jurídico-administrativo da concentração dos meios de comunicação social em Portugal, Coimbra: Almedina.

Raboy, M. (1998). 'Public broadcasting and the global Framework of media democratization', *International Communication Gazette* 60 (2): 167-180.

Rawls, J. (1993). *Political liberalism*. New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press.

Reese SD, Rutigliano L, Hyun K, Jeong J (2007). 'Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena', *Journalism* 8 (3): 235-261.

Réguer D (2009). *Blogs, Médias sociaux et politique*, Mayenne: Les2encres.

Reis AC (1997). 'A geração de o "Ecco popular"', in A. Almodovar, J. F. Alves, M. P. Garcia (Org.) *Rodrigues de Freitas – A Obra e os Contextos*, Actas do Colóquio, Porto: Centro Leonardo Coimbra.

Renaud J (1993). *International Trade in Television Programmes: quotas policies and consumer choice revisited*, in E. Noam and J. Millonzi (Eds.) *The international market in film and television programmes*. Norwood, NJ: Ablex.

Rettberg JW (2008). *Blogging*, Cambridge, Malden: Polity.

Rieffel R (2003). *Sociologia dos media*, Porto: Porto Editora.

Rodrigues AD (1993). 'O acontecimento', in N. Traquina (Org) *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Vega.

Rodrigues C (2006a). *Blogs e a fragmentação do espaço público*, livro Labcom disponível em http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110824-rodrigues_catarina_blogs_fragmentacao_espaco_publico.pdf, último acesso a 05 de Dezembro de 2011

Rodrigues C (2006b). 'Blogs regionais como espaços de cidadania e participação', *Prisma.com* disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/627/pdf>, último acesso a 05 de Dezembro de 2011.

Sacré S, Schock N, Sepulchre S, Lits M (2007). 'De la communication électorale à l'implication personnelle', in A. Klein (Dir) *Objectif Blogs! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris: L'Harmattan.

Sanchez-Tabernero A (1993). *Media concentration in Europe*, Manchester: EIM.

Sander TH, Putnam RD (2010) 'Still Bowling Alone? The Post-9/11 Split', *Journal of Democracy* 21(1): 9-16.

Santo ME (2005) 'A Alta Autoridade para a comunicação social e o direito de resposta', *Comunicação e Sociedade – Economia Política da Comunicação e dos Media*, Braga: CECS.

Santos LA (2004). 'Weblogs and journalism: an uneasy relation (the Portuguese case)', paper delivered at the *IAMCR Conference, Porto Alegre*, July 2004.

Santos LA, Zamith F (2004). 'Weblogues e jornalismo: um exemplo de aproximação na universidade portuguesa', *Comunicação e Sociedade n.º 5*, Braga: CECS.

Scheufele DA, Tewsbury D (2007). 'Framing, Agenda-setting and Priming: the evolution of three media effects models', *Journal of Communication* 57: 9-20.

Scott DT (2007). 'Pundits in Muckraker's clothing: political blogs and the 2004 U.S. Presidential Election', in M. Tremayne (ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Sendim A (2009). 'New media: conteúdos e redes digitais', in G. Cardoso, F.R. Cádima e L.L. Cardoso (Coord.) *Media, redes e comunicação – futuros presentes*, Lisboa: Quimera.

Serra P (2006a). *A relação entre os blogs e os outros media: o caso da blogosfera portuguesa*, www.bocc.ubi.pt, último acesso a 05 de Maio de 2011.

Serra P (2006b). Web e credibilidade – O caso dos blogs, www.bocc.ubi.pt, último acesso a 14 de Setembro de 2012.

Serra P (2009). *Os blogues e a questão do agendamento*, www.bocc.ubi.pt, último acesso a 05 de Maio de 2011.

Silva EC (2004). *Os donos da Notícia*. Porto: Porto Editora.

Silva, EC (2007). 'Concentração: os desafios à entidade reguladora da comunicação social' in *Comunicação e Sociedade*, Vol. 11, 2007.

Silva, EC (2008a). 'Do apogeu ao declínio: a convergência e a concentração dos media', in M. Pinto, e S. Marinho (2008) *Os Media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*, Comunicação e Sociedade, Vol. 12, Braga: CECS.

Silva, EC (2008b). 'Concentração: debate em torno do pluralismo e da diversidade', in M. L. Martins e M. Pinto (Org.) *Comunicação e Cidadania – Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, Braga: Universidade do Minho.

Silva EC, Sousa H (2011). 'Diversidade no serviço público: um olhar sobre a RTP', *Comunicación e Cidadania – Revista Internacional de Jornalismo Social*, n.º 3.

Silva FC (2002). *Espaço Público em Habermas*, Lisboa: ICS.

Silva FC, Aboim S, Saraiva T (2008). 'Participação Cívica e Vida Urbana em Portugal', in M. V. Cabral, F. C. Silva, T. Saraiva (Eds.) *Cidade e Cidadania - Governança Urbana e Participação Cidadã*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 243-269.

Silva HL (2005). 'O direito no mundo dos blogues', *verbo jurídico.net*.

SILVA PO (2009). *Blogos logo existo*, Lisboa: *Media XXI*.

Silveirinha MJ (2010). 'Esfera Pública', in J. C. Correia, G. B. Ferreira, P. Espírito Santo (Orgs.) *Conceitos de Comunicação Política*, labcom books.

Simão J (2006). 'Relação entre os blogs e webjornalismo', *Prisma.com*, disponível em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/626/pdf>, último acesso a 06 de Dezembro de 2011.

Singer JB (2005). 'The political j-blogger: 'Normalizing' a new *media* form to fit old norms and practices', *Journalism* 6 (2): 173-198.

Soloski J (1993). 'O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico', in N. Traquina (Org.) *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Vega.

Sousa H, Silva E (2009). 'Keeping up Appearances – regulating *media* diversity in Portugal', *International Communication Gazette*, 71 (1-2): 89-100.

Sunstein CR (2008). 'Neither Hayek nor Habermas', *Public Choice* 134: 87-95.

Stöber R (2004). 'What *media* evolution is - A Theoretical Approach to the History of New *Media*', *European Journal of Communication* 19 (4): 483-505.

Tengarrinha J (1989). *História da Imprensa periódica portuguesa*, Lisboa: Editorial Caminho.

Thomass B (2010). 'Deficits and Potentials of the Public Spheres', in J. Trappel, W. A. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers, B. Thomass (Ed.) *Media in Europe Today*, Bristol Chicago: Intellect Books.

Toffler A (1999). *A Terceira Vaga*, Carnaxide: Livros do Brasil.

Torres EC (2009). 'Utopia, determinismo e usos sociais daquilo a que chamamos *media*', in G. Cardoso, F. R. Cádima, L. L. Cardoso (Coord.) *Media, Redes e Comunicação – futuros presentes*, Lisboa: Quimera

Touraine A (1994). *Qu'est-ce que la démocratie?*, Paris: Fayard.

Touraine A (1998). *Pourrons-nous vivre ensemble? Égaux et différent*, Paris: Fayard.

Trammell KD, Williams AP, Postelnicu M, Landreville KD (2006). 'Evolution of the Online Campaigning: increasing interactivity in candidate web *sítes* and blogs through text and technical features', *Mass Communication and Society* 9 (1): 21-44.

Traquina N (2007). *Jornalismo* (2ª Ed.), Lisboa: Quimera.

Tremayne M (2007). 'Harnessing the active audiences: Synthesizing blog research and lessons for the future of *media*', in M. Tremayne (Ed.) *Blogging, citizenship, and the future of media*, New York: Routledge.

Tuchman G (1993). 'A objectividade como ritual estratégico: Uma análise das noções de objectividade dos jornalistas, in N. Traquina (Org) *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Vega.

Van Cuilenburg J (2007). '*Media* diversity, competition and concentration: concepts and theories', in E. De Bens (Ed.) *Media Between Culture and Commerce*, Bristol and Chicago: Intellect.

Van Cuilenburg J (1999). 'On Competition, Access and Diversity in *Media*, Old and New: Some Remarks for Communications Policy in the Information Age', *New Media and Society* 1: 183-207.

Van Cuilenburg J, McQuail D (2003). '*Media* policy paradigm shifts: towards a new communications policy paradigm', *European Journal of Communication*, 18(2): 181-207.

Van der Wurff R (2004). 'Supplying and viewing diversity: the role of competition and viewer choice in Dutch broadcasting', *European Journal of Communication* 19(2): 215-237.

Van Dijck J (2009). 'Users like you? Theorizing agency in user-generated content', *Media Culture & Society* 31(1): 41-58.

Van Dijk J (2006). *The network society*, London: Sage.

Verstraeten H (1996). 'The *media* and the transformation of the Public Sphere: a contribution for a critical economy of the Public Sphere', *European Journal of Communication* 11: 347-370.

Viegas JML, Santos S (2009). 'Envolvimento dos cidadãos e dos parlamentares nas associações', in A. Freire e J. Viegas (Org.) *Representação política – O caso Português em perspectiva comparada*, Lisboa: Sextante Editora.

Vieira J (2007). *Jornalismo contemporâneo – os media entre a era gutenbergo e o paradigma digital*, Lisboa: Edeline.

Wallsten W (2007). 'Agenda setting and the blogosphere: an analysis of the relationship between mainstream *media* and political blogs', *Review of Policy Research* 24 (6): 567-587.

Wasserman S, Faust K (1994). *Social Network Analysis – Methods and applications*, Cambridge: Cambridge University Press.

Watson J (2003). *Media Communication: an introduction to theory and process*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wheeler M (2004). 'Supranational Regulation: Television and The European Union', *European Journal of Communication* 19(3): 349-369.

Williams AP, Trammell KD, Postelicu M, Landreville KD, Martin JD (2005). 'Blogging and Hyperlinking: use of the Web to enhance viability during 2004 US campaign', *Journalism Studies* 6 (2): 177-186.

Witshge T (2004). 'Online deliberation: possibilities of the Internet for deliberative democracy, in P. M. Shane, *Democracy online: the prospects for political renewal through the Internet*, London: Routledge.

Wolf M (2003). *Teorias da Comunicação* (8ª Ed.), Barcarena: Editorial Presença.

Wolton D (2008). 'Les contradictions de l'espace public médiatisé', in E. Dacheux (Coord) *L'espace Public*, Paris: CNRS Éditions.

Woodly D (2008). 'New competencies in democratic communication? Blogs, agenda setting and political communication', *Public Choice* 134: 109-134.

Xivry A-CO, Matagne J, Klein A (2007). 'Typologie dynamique: une blogosphère de projets', in A. Klein (Dir) *Objectif Blogs! Explorations dynamiques de la blogosphere*, Paris: L'Harmattan.

ZHOU X (2009). 'The political blogosphere in China: a content analysis of the blogs regarding the dismissal of Shanghai leader Chen Liangyu', *New Media and Society* 11: 1003- 1022.

Zizek S (2003). *Ideologia – Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Estudos e documentos de organizações nacionais e internacionais

AACS (1993). *O pluralismo na comunicação social*, Lisboa: AACS

AACS (1995). *Primeiro mandato 1990 - 1994 – actividade desenvolvida*, Lisboa: AACS.

AACS (2001). Parecer pedido pela Direcção-geral do comércio e da concorrência
Acerca da concentração pt/Lusomundo, www.aacs.pt/bd/Deliberacoes/20010109c.htm,
consultado a 19 de Outubro de 2011.

AACS (2005). Conclusões do parecer solicitado pela autoridade da concorrência sobre a
operação de concentração de empresas que consiste na aquisição de controlo exclusivo da
lusomundo serviços, sgps, s.a., pela controlinveste, sgps, s.a., disponível em
<http://www.gmc.pt/index.php?op=fs&cid=719&lang=pt>, último acesso a 05 de Julho de 2012.

Comissão Europeia (1992). *Pluralismo e concentração dos meios de comunicação no mercado
interno - Avaliação da necessidade de uma acção comunitária*, Com (92) 480,
http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com92_46_en.pdf, Último acesso a 02
de Fevereiro de 2012.

Comissão Europeia (2005). *Media Pluralism - What should be the European Union's role?* Issues
Paper for the Liverpool Audiovisual Conference, COM (2005),
ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/modernisation/issue_papers/ispa_mediaplur_en.pdf.

Comissão Europeia (2007a). *Media pluralism in the Member States of the European Union*
{SEC(2007)}, [http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_p
luralism_swp_en.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf)

Comissão Europeia (2007b). Pluralismo dos meios de comunicação: a Comissão sublinha a
necessidade de transparência, liberdade e diversidade no panorama dos meios de comunicação
da Europa, IP/07/52

Comissão Europeia (2009a). Comissão Europeia defende modelo de governo da Internet aberto,
independente e assente na responsabilização, IP/09/951

Comissão Europeia (2009b). Recommendation on *media* literacy in the digital environment for a
more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society, C(2009)
6464 final, disponível
http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/recom/c_2009_6464_en.pdf, ultimo acesso
05 de Julho de 2012.

Comissão Europeia (2011). Agenda Digital: grupo de alto nível discute a liberdade e o pluralismo dos *media* de toda a EU, IP/11/1173.

Conselho da Europa (1999). Recommendation no. R (99) 1 Of the committee of ministers to member states On Measures to Promote *Media* Pluralism (adopted by the committee of ministers on 19 january 1999, at the 656th meeting of the ministers' deputies) <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=399303&Site=CM&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75> (ultimo acesso a 02/02/2012)

Conselho da Europa (2002). *Media diversity in Europe*. Strasbourg: *Media* Division

Conselho da Europa (2006). *The assessment of content diversity in newspapers and television in the context of increasing trends towards concentration of media markets*, Conselho da Europa, MC-S-MD(2006)001

Conselho da Europa (2007). Recommendation CM/Rec 3 of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service *media* in the information society (Adopted by the Committee of Ministers on 31 January 2007 at the 985th meeting of the Ministers' Deputies) <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089759&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75> (ultimo acesso a 02 de Fevereiro de 2012)

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão (2008). Disponível em http://www.gmcs.pt/download.php?dir=27.188&file=cont._conc._serv._público_televisão.pdf, último acesso a 10/02/2012.

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2007a). Avaliação do Pluralismo Político-Partidário na Televisão Pública, <http://www.erc.pt/documentos/Pluralismopoliticonoservicopublicofinal.pdf>

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2007b). Deliberação 8/PLU-TV/2007, de 04 de Julho.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2008). Estudo de recepção dos meios de comunicação social, Lisboa: ERC.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2011a). Deliberação 2/PLU-TV/2011 – Petição pelo pluralismo de opinião no debate político-económico, de 10 de Março de 2011.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2011b). Deliberação 1/PLU/2011 – Cobertura jornalística das eleições presidenciais 2011, na televisão e na imprensa, de 09 de Fevereiro de 2011.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2011c). Relatório de Regulação 2010.

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social (2010). Deliberação 1/PLU/2010 – Cobertura jornalística das eleições legislativas 2009, de 21 de Abril de 2010.

ICRI, JIBS, CEU, Ernst & Young, *et al.* (2009). *Indicators for Media Pluralism in the Member States: Towards a Risk-Based Approach*. Final Report and Annexes: User Guide, MPM, Country Reports. Brussels: European Commission, ultimo acesso a 30 de Maio de 2011, disponível em http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm.

OECD (2007). Participative web: user-created content (JT03225396 DSTI/ICCP/).

ONU (2005). Tunis Agenda for the Information Society, WSIS-05/TUNIS/DOC/6(Rev. 1)-E, disponível em <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.html>, último acesso a 05 de Julho de 2012.

Parlamento Europeu (2008). Resolução do Parlamento Europeu, de 25 de Setembro de 2008, sobre a concentração e o pluralismo nos meios de comunicação social na União Europeia (2007/2253(INI)).

Pew Internet & American Life Project (2006). Bloggers - A portrait of the Internet's new storytellers, disponível em <http://www.pewInternet.org/~ /media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf.pdf>, ultimo acesso a 09 Fevereiro de 2012.

Pew Internet & American Life Project (2008). New numbers for blogging and blog readership, July 22, 2008, disponível em <http://www.pewInternet.org/Commentary/2008/July/New-numbers-for-blogging-and-blog-readership.aspx>, ultimo acesso a 09 de Fevereiro de 2012.

Portaria n.º 1239/2008, 31 de Outubro, Regulamento do Concurso Público para o Licenciamento de um serviço de programas de âmbito nacional, generalista, de acesso não condicionado livre.

Proposta de lei do pluralismo e não concentração nos meios de comunicação social, Governo Português, 2008, http://www.portugal.gov.pt/NR/rdonlyres/7F226A7A-CB9C-4615-B855-10E3F3E034C5/0/Prop_Lei_Pluralismo_comsoc.pdf.

Technorati (2010). The state of the blogosphere 2010 disponível em [Http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/](http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/), ultimo acesso a 09 de Fevereiro de 2012.

Unesco (2005). CONVENTION on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf>, último acesso a 02 de Fevereiro de 2012.

Ungerer H (2004). *Application of Competition Law to Media – some recent issues*, COMP/C2/HU, Brussels: European Commission.

Ungerer H (2005). *Competition in the media sector – how long can the future be delayed*, COMP/C2/HU, Brussels: European Commission.

ANEXOS

Anexo A

Inquérito administrado online aos bloggers políticos portugueses

Lasics Uminho :: Gestão de Inquéritos LimeSurvey - Os bloggers políticos portugueses Page 1 of 11

Os bloggers políticos portugueses

Este inquérito insere-se num projecto de doutoramento sobre o pluralismo e a diversidade no panorama mediático nacional. O objectivo é tentar perceber de que forma contribui a blogosfera política para essa realidade. Assim, a partir deste inquérito, será traçado o perfil do blogger político português, em termos da sua intervenção pública e política.

Existem 32 perguntas neste inquérito

Bloggers portugueses

1 [001]Sexo

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Feminino
☐ Masculino

2 [002]Idade

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Menos de 20
☐ 20-29
☐ 30-39
☐ 40-49
☐ 50-59
☐ 60-69
☐ Mais de 70

3 [003]Profissão

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

4 [004]Concelho onde vive

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

5 [005]Habilitações literárias (por favor especifique área do ensino superior para cada nível - licenciatura, mestrado, doutoramento - e mencione também outros cursos, como MBA)

Please choose all that apply and provide a comment:

<http://www.lasics.uminho.pt/limesurvey/admin/admin.php?action=showprintablesurv...> 29-06-2012

<input type="checkbox"/> Até ao 12º ano	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Licenciatura	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Mestrado	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Doutoramento	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Outros	<input type="text"/>

6 [006] Quando foi criado o blogue?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

7 [007]

Tipo de blogue

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Individual
- ☐ Colectivo

8 [008] O blogue perfila algum tipo de ideologia política?

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Não
- ☐ Esquerda
- ☐ Centro Esquerda
- ☐ Centro Direita
- ☐ Direita
- ☐ Conservador
- ☐ Liberal
- ☐ Democrata-cristão
- ☐ Ecologista

Escreva um comentário à sua escolha aqui:

<div></div>
9 [010]Identifique, se assim o desejar, o seu blogue (a resposta é opcional) Por favor, escreva aqui a sua resposta: <div></div>
10 [011]Há quanto tempo participa no blogue? Por favor, escreva aqui a sua resposta: <div></div>
11 [012]Com que frequência coloca normalmente posts no blogue? Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções: <div><input type="radio"/> Diariamente, várias vezes ao dia <input type="radio"/> Diariamente, uma vez por dia <input type="radio"/> Três a quatro vezes por semana <input type="radio"/> Uma vez por semana <input type="radio"/> Ocasionalmente</div>
12 [013]Participa em mais que um blogue? Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções: <div><input type="radio"/> Sim <input type="radio"/> Não</div>
13 [014]Se respondeu sim à pergunta anterior, quer identificar o segundo blogue ou deprever a sua natureza (político, intimista, etc...)? Por favor, escreva aqui a sua resposta: <div></div>

14 [033]Está ligado, enquanto blogger, às novas redes sociais, como o Twitter, o Facebook ou outros?

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Sim
☐ Não

15 [015]O que o motiva a escrever no blogue?

Por favor, seleccione todas as que se aplicam:

- ☐ Dar a conhecer opinião própria
☐ Mostrar alternativas ao conteúdo dos media tradicionais
☐ Forma de intervenção política
☐ Forma de intervenção cívica
☐ Gosto pela escrita
☐ Gosto pela actualidade
☐ Outro

16 [026]Quais os temas que mais costuma abordar nos seus posts?

Por favor, numere cada caixa pela ordem da sua preferência de 1 a 7

- | | |
|--|---|
| | temas próprios da situação política nacional |
| | temas próprios da situação política internacional |
| | comentários à actualidade noticiosa |
| | comentários às acções governamentais /oposição |
| | links para outros posts |
| | links para intervenções públicas próprias (TV, rádio, jornal) |
| | Outros - especifique na questão seguinte |

17 [030]

Se os temas que aborda são diferentes dos sugeridos, especifique, por favor.

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

18 [031]Acredita que sua actividade enquanto blogger aumentou a sua influência no espaço público?

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Não
- ☐ Sim (Justifique na caixa ao lado)

Escreva um comentário à sua escolha aqui:

19 [020]Costuma ler outros blogues políticos? Quais?

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Nunca
- ☐ Raramente
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Frequentemente
- ☐ Diariamente

Escreva um comentário à sua escolha aqui:



20 [027]Com que frequência faz links para outros posts ou notícias?

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente
Outros blogues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Órgãos de comunicação social - Notícias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Órgãos de comunicação social - Artigos de opinião	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Órgãos de comunicação social - Artigos de opinião próprios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21 [019]Quais são, na sua opinião, os três blogues políticos mais influentes da blogosfera portuguesa?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:



22 [032]Acredita que a blogosfera pode influenciar o curso da vida política portuguesa?

Por favor, seleccione apenas uma das seguintes opções:

- ☐ Não
☐ Sim (Justifique na caixa ao lado)

Escreva um comentário à sua escolha aqui:

23 [028]Que importância atribui aos comentários aos seus posts?

Por favor, seleccione todas as que se aplicam:

- ☐ Raramente os leio
☐ Leio-os frequentemente
☐ Costumo responder
☐ Tiro ideias para outros posts
☐ Não admito comentários
☐ Outros

24 [016]Mantém algum espaço de opinião num média tradicional?

Please choose all that apply and provide a comment:

- ☐ TV
☐ Rádio
☐ Jornal
☐ Não

25 [017]Se respondeu sim à pergunta anterior, há quanto tempo?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

26 [018]

Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião? Por quais?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

27 [029] Tem outras formas de participação na vida pública?

Por favor, seleccione todas as que se aplicam:

- ☐ Não
- ☐ Participação em conferências
- ☐ Participação em debates
- ☐ Escrever livros
- ☐ Outras

28 [021]

Que jornais costuma ler?

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente
Público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
JN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Correio da Manhã	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expresso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estrangeiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29 [022]Que noticiários televisivos costuma ver?

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente
RTP1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RTP2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SIC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TVI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RTPN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sic Noticias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TVI24	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrangeiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30 [023]Que noticiários radiofónicos costuma ouvir?

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente
Antena 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RR	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TSF	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio Clube Português	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31 [024]Faz parte de algum partido político?

Por favor, seleccione todas as que se aplicam:

- ☐ Simpatizante
☐ Militante
☐ Membro de alguma estrutura (local ou nacional)
☐ Dirigente
☐ Titular de cargo político
☐ Não

32 [025]

Participa ou participou em movimentos cívicos? Quais?

Por favor, escreva aqui a sua resposta:



Anexo B

Entrevistas semi-estruturadas realizadas a bloggers, jornalistas e políticos
--

Temas:

- I – Importância da blogosfera política (em relação aos media e centros de poder político)
- II – Coesão versus fragmentação da blogosfera e consequente influência na Opinião Pública
- III – Polarização do debate
- IV – Significado atribuído às hiperligações
- V – Natureza colectiva dos blogues políticos

Nome	Função	Data	Meio
Pedro Correia	Blogger do Delito de Opinião e do Albergue Espanhol; Jornalista do DN	06/06/2011	Mail
Gabriel Silva	Blogger do Blasfémias	07/06/2011	Presencial
João Miranda	Blogger do Blasfémias	07/06/2011	Presencial
Jorge Pinto	Editor de Política do JN	08/06/2011	Mail
Carlos Osório	Membro da candidatura de Pedro Passos Coelho; Blogger do Aventura e do Albergue Espanhol	12/06/2011	Presencial
Shynogud	Blogger do Jugular	15/06/2011	Mail
Leonete Botelho	Editora de Política do Público	29/06/2011	Telefone
Augusto Santos Silva	Deputado à AR eleito pelo PS	07/07/2011	Mail

ENTREVISTAS – IDEIAS-CHAVE (Quadro síntese) (1/2)

Nome	Importância da blogosfera	Coesão ou fragmentação	Polarização do debate
Pedro Correia	<p>“Crescente importância”</p> <p>“Político e assessores lêem-nos diariamente. Por vezes comentam, por vezes reagem e gostariam de trocar umas ideias connosco”</p> <p>“consulta aos blogues mais influentes tornou-se uma constante nas redacções”</p> <p>“não há líder de opinião que comente diariamente os acontecimentos nas televisões que não passe os olhos pelos blogues”</p>	<p>“espaço muito fragmentado”,</p> <p>“as mais diversas influências”,</p> <p>“as mais diversas orientações”</p> <p>“Opiniões em nome próprio (...) sem a cobardia do anonimato”</p> <p><i>Influência indirecta na opinião pública:</i> “os blogues influenciam os comentadores encartados”</p>	<p>“grande diversidade de opiniões políticas”</p>
Gabriel Silva	<p>“elo de ligação entre as três partes: os cidadãos, os meios de comunicação e os actores políticos”</p> <p>“comunicação social precisa dos blogues para receber eco daquilo que faz”</p> <p>“O poder dos blogs é esse: influenciar o que é publicado nos mass media ou dito nas televisões”</p> <p>“A autoridade dos blogues advém da qualidade e da relevância daquilo que escreve”</p>	<p>“disperso: há vários círculos”</p> <p>“há blogues com menos leitura, mas têm impacto pela autoridade de quem o produz”</p> <p>“é diversa porque há dois ou três núcleos de ideologia de posicionamento político, que não correspondem aos partidos políticos”</p>	<p>“sobretudo influência junto da comunidade política e comunicação social”</p> <p>“temos 3 grupos: um mais liberal que não tem correspondência nos partidos (um grande sucesso de influência porque sai fora), um esquerda mais radical, aparentada ao BE, e outro dentro da área social-democrata (PDS, PS, CDS) – mas fora da posição partidária</p>

Nome	Importância da blogosfera	Coesão ou fragmentação	Polarização do debate
João Miranda	<p>“Quando começou (...) introduzir ideias novas, furar a ordem estabelecida” <i>na comunicação política</i></p> <p><i>Colonização da blogosfera pelos media e partidos políticos</i>: “a blogosfera começou a ficar mais parecida com os media tradicionais”</p> <p><i>Há alguma tentativa de controlo do debate por parte de</i> “alguns jornalistas profissionais e membros de partidos políticos</p> <p>“Inicialmente, a blogosfera influenciava os influentes. (...) Agora essas pessoas estão na blogosfera e são muitas vezes as mesmas pessoas”</p>	<p>“fragmentado”</p> <p>“Há grupos associados à extra-esquerda (5dias), muito associados ao Sócrates (jugular e câmara corporativa), (...) há um conjunto de blogues do novo centro do espectro político que não têm uma tendência clara (Aventar)”</p>	<p>“Há blogues muito fechados”</p> <p>“Antigamente estava mais polarizado, agora há um espectro quase contínuo, há muita diversidade”</p>
Jorge Pinto	<p>“estreita relação” <i>com poder político e media – actores são os mesmos em muitos casos</i></p> <p>“muito do que se escreve nos blogues sai da pena dos políticos, sobretudo daqueles menos fiéis à disciplina partidária e que encontram neste meio de comunicação um terreno fértil para os seus pensamentos”</p> <p>“blogosfera empurra uns para dentro e outros para fora do centro do poder”</p>	<p>“muito fragmentado (...) representa um espectro político muito abrangente”</p> <p>”</p>	<p>“chapéu de chuva muito maior, onde cabem todas as tendências políticas e ideológicas</p>

Nome	Importância da blogosfera	Coesão ou fragmentação	Polarização do debate
Carlos Osório	<p>“Acho que as audiências da blogosfera estão a descer. De qualquer maneira, os decisores políticos continuam a ler”</p> <p>“A blogosfera é das 3 redes sociais (<i>twitter e facebook</i>) é onde mais opinião é feita. É uma plataforma de comentadores e articulistas. As 3 plataformas são também uma forma de amplificação das notícias”</p> <p>“Continua a ser importante – é lida por decisores, é lida por jornalistas, há bloggers que são decisores, exprimem ali opiniões”</p>	<p>“Apesar das opiniões serem muito diferentes, há muitos pontos em comum”</p> <p>“Acho que é mais coeso que fragmentado”.</p>	<p>“Há uma grande diversidade de opiniões”</p> <p>“Há blogues que têm gente de diferentes partidos”</p> <p>“Mas o debate não está polarizado. (...) A maior parte do eleitorado não é militante de nenhum partido e a blogosfera não deixa de ser um espelho disso”</p>
Shynogud	<p>“importância bastante pequena” para “centros de poder político”</p> <p>“Casos de recrutamento político via blogosfera (...) são situações muito marginais” e “inúmeros bloggers têm actividade política que antecede a sua existência como bloggers”</p> <p>“relação com os media é tendencialmente parasitária” e “é através dos media tradicionais que chegam os grandes debates blogosféricos”</p> <p>“blogosfera tem sido terreno proficuo para recrutamento de opinião a custo zero”</p>	<p>“Muitíssimo fragmentado”</p> <p>“influência da blogosfera na opinião pública é sempre indirecta e dependente do eco nos media tradicionais”</p>	<p>“diversidade de opiniões”</p> <p>“mas há percepção geral de polarização”</p>

Nome	Importância da blogosfera	Coesão ou fragmentação	Polarização do debate
Leonete Botelho	<p>“grande importância como criadores de opinião. (...) Abre o leque de pessoas (...) democratizou a produção de opinião. A qualidade das pessoas já não é aferida pelo local onde escrevem porque escrevem em qualquer lado. É quase uma transposição para a democracia directa”</p> <p>“ferramenta de trabalho importantíssima (...) há gente no jornal que a monitorizam diariamente”</p> <p>“não há nenhum jornal, meio de comunicação ou opinion-maker de jornal ou televisão que não ande pela blogosfera. É claramente importantíssimo”</p> <p>“poder subterrâneo, é uma espécie de comichão subcutânea, (<i>influência</i>) não é directa”</p>	<p>“É completamente fragmentado”</p>	<p>“Bastante diversificado, embora há sempre a tendência de pessoas que lá escrevam, se afirmam e se tornam um pólo pela sua qualidade intrínseca (...) Determinado blogue com bloggers respeitados, com opinião interessante formada, torna-se um pólo de atracção”</p> <p>“É como um universo onde há várias constelações e está lá polarizado em termos de alguns sóis”</p>
Augusto Santos Silva	<p>“ tem servido, sobretudo, para testar mensagens políticas a serem desenvolvidas noutras sedes”</p> <p>“para algum debate político”</p> <p>“como palco para a emergência de personalidades em busca de afirmação no espaço público”</p>	<p>“É um campo relativamente plural – o que, aliás, me parece constituir uma saudável condição para a sua afirmação”</p>	<p>“Encontra-se uma certa diversidade, independentemente da eventual existência de correntes hegemónicas”</p>

ENTREVISTAS – IDEIAS-CHAVE (Quadro síntese) (2/2)

Nome	Sentido das hiperligações	Natureza colectiva dos blogues políticos
Pedro Correia	<p>“meio excelente de reforçar a argumentação, conferindo-lhe maior credibilidade e proporcionando outros níveis de informação aos leitores”</p> <p><i>Contrário do “« achismo» que ainda impera infelizmente junto de alguns dos nossos comentadores”.</i></p>	<p>“Os projectos políticos, incluindo os blogues, fazem mais sentido se forem colectivos”</p> <p>“os blogues individuais de políticos são residuais e, salvo num caso ou noutro, sem qualquer influência visível nos circuitos da opinião”</p>
Gabriel Silva	<p>“Vive disso. O link funciona como autoridade e argumento – estatística, um quadro, ao contrário do jornal (...) sem referências (...) Na blogosfera, vão buscar um jornal da Califórnia, um artigo académico da Austrália, há uma riqueza maior e mais fundamentada”</p> <p><i>De outros blogues</i> “É obrigatório. Faz parte das regras básicas. Ninguém comenta post de outro blogue sem pôr o link. Parte-se pressuposto que se tem de linkar, não se pode partir do princípio que as pessoas viram, o universo do blogues é muito vasto não é como nas televisões”</p> <p>“É um dos princípios do sucesso dos blogues – porque está confirmado o que se diz”</p> <p>“Para criticar, para corrigir, para complementar. Mas há alguma agressividade mesmo com blogues que se respeita – a escrita é imediatista. Há uma discussão como se fosse num café”</p> <p>“Há alguma críspação quando usam muito a defesa da honra pessoal. O que está aqui em causa deve ser a argumentação racional.</p>	<p>“Actividade política leva à agregação de pessoas que defendem ideias similares, é normal as pessoas juntarem-se por tendências.</p> <p>“blogues mais considerados e com mais audiência e influência política pretendem cobrir a actividade política e isso implica algum esforço de horário e até para pesquisar informação base e isso não possível individualmente”</p> <p>“é preciso alguma dimensão humana para seguir a actualidade”</p>

Nome	Sentido das hiperligações	Natureza colectiva dos blogues políticos
João Miranda	<p>“Havia uma ética inicial linkar de quem se fala que evolui para se linkar cada vez mais para o que se gosta (...) Há alguma simpatia”</p> <p>“Ou então linka-se para falar mal”</p> <p>“Inicialmente, havia debate dentro da blogosfera. Chegou-se a um ponto, com a polarização à volta de Sócrates, deixou de haver debate”</p>	<p>“Por uma questão de audiência, mas é muito difícil manter permanentemente um blogue individual com audiência. As pessoas foram-se juntando por afinidades e para ter uma audiência maior”</p>
Jorge Pinto	<p>“fomenta a discussão”</p> <p>“forma de interactividade e envolve mais pessoas. Já não é só o que o autor do blogue escreve. É isso mais aquilo que foi dito em determinada altura por determinada pessoa, mais o que foi publicado num jornal...”</p> <p>“dar contexto às coisas, situá-las e enquadrá-las. E isto de uma forma imediata e com recurso a meios que, por exemplo, um jornal em papel não dispõe (vídeo e áudio).</p>	<p>“Julgo que a tendência tem vindo a inverter-se e aquilo que apareceu como a expressão da posição individual de cada blogger é, cada vez mais, um projecto colectivo”</p> <p>“Hoje são poucos os casos em que associamos um blogue a uma pessoa ou até a um conjunto de pessoas, mas sim a uma ideologia ou preferência partidária”</p>
Carlos Osório	<p>“positivo para a discussão”</p> <p>“desperta o interesse de outras pessoas”</p> <p>“dá alguma fundamentação e torna o post mais explicativo. E isso só é possível nesta plataforma, porque no jornal não é possível o link”</p>	<p>“A necessidade de ser colectivo vem do facto de as pessoas, de hora a hora, quererem ver alguma coisa de novo”</p> <p>“uma das coisas muito importantes que eu sei é a regularidade (...) ter uma cadência própria”</p> <p>“Acho que os blogues colectivos têm a ver com isso e com trazer nomes que tragam audiências”</p>
Shyznogud	<p>“enriquecimento das temáticas (...) é uma das grandes virtudes da blogosfera”</p> <p>“Intensifica o debate, enriquece discussões e distingue-a da opinião publicada nos media tradicionais”</p>	<p>“um blogue vive muito da sua actualização”</p> <p>“Com um blogue colectivo podemos dar-nos ao luxo de ter períodos de inactividade”</p>

Nome	Sentido das hiperligações	Natureza colectiva dos blogues políticos
Leonete Botelho	<p>“É interessante”</p> <p>“meio circular entre os vários meios de comunicação”</p> <p>“risco é perder um bocadinho mais a identidade da opinião. Uma vez que entramos na blogosfera e começamos nos links a certa altura a autoria daquela opinião perdeu-se”</p> <p><i>Com os links</i> “os blogs já saltaram da sua virtualidade para um mundo muito mais real. Em termos metafóricos, são amarras à realidade. É um mundo virtual a ligar-se ao mundo real. É como se fossem âncoras”</p>	<p>“Acho é uma das coisas mais básicas do ser humano, o sentido de comunidade e a necessidade de identidade. Se nos unirmos vamos ficar mais fortes. Faz parte da natureza humana”</p> <p>“Há muitos blogues individuais que têm tendência a tornarem-se diários, são monocórdicos, não têm aquela pluralidade que se espera já”</p>
Augusto Santos Silva	<p>“tipo de intertextualidade saudável”</p>	<p>“No caso português, verificam-se os dois casos (<i>colectivos e individuais</i>)”</p> <p>“Tanto há blogues que servem, sobretudo, para a expressão singular de individualidades, como há outros com propósitos de grupo e até de campanhas políticas estruturadas como tais”</p>

Anexo C

Resultados dos testes de independência realizados no SPSS para as variáveis avaliadas no inquérito online

Sexo * Está ligado, enquanto blogger, às novas redes sociais, como o Twitter, o Facebook ou outros?

Crosstabulation

Count

	Está ligado, enquanto blogger, às novas redes sociais, como o Twitter, o Facebook ou outros?		Total
	1	2	
Sexo 1	3	5	8
Sexo 2	41	10	51
Total	44	15	59

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,710 ^a	1	,010		
Continuity Correction ^b	4,638	1	,031		
Likelihood Ratio	5,833	1	,016		
Fisher's Exact Test				,020	,020
Linear-by-Linear Association	6,596	1	,010		
N of Valid Cases	59				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,03.

b. Computed only for a 2x2 table

Motivação - Intervenção política * Acredita que a blogosfera pode influenciar o curso da vida política portuguesa? Crosstabulation

Count

		Acredita que a blogosfera pode influenciar o curso da vida política portuguesa?		Total
		1	2	
Motivação - Intervenção política	1	4	26	30
	2	9	17	26
Total		13	43	56

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,539 ^a	1	,060		
Continuity Correction ^b	2,446	1	,118		
Likelihood Ratio	3,585	1	,058		
Fisher's Exact Test				,111	,059
Linear-by-Linear Association	3,476	1	,062		
N of Valid Cases	56				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,04.

b. Computed only for a 2x2 table

Motivação - Intervenção política * Que importância atribui aos comentários aos seus posts? [Leio-os frequentemente] Crosstabulation

Count

		Que importância atribui aos comentários aos seus posts? [Leio-os frequentemente]		Total
		1	2	
Motivação - Intervenção política	1	16	14	30
	2	5	24	29
Total		21	38	59

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,379 ^a	1	,004		
Continuity Correction ^b	6,879	1	,009		
Likelihood Ratio	8,705	1	,003		
Fisher's Exact Test				,006	,004
Linear-by-Linear Association	8,237	1	,004		
N of Valid Cases	59				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,32.

b. Computed only for a 2x2 table

Motivação - Intervenção política * Que importância atribui aos comentários aos seus posts? [Tiro ideias para outros posts] Crosstabulation

Count

		Que importância atribui aos comentários aos seus posts? [Tiro ideias para outros posts]		Total
		1	2	
Motivação - Intervenção política	1	8	22	30
	2	0	29	29
Total		8	51	59

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,946 ^a	1	,003		
Continuity Correction ^b	6,816	1	,009		
Likelihood Ratio	12,037	1	,001		
Fisher's Exact Test				,005	,003
Linear-by-Linear Association	8,795	1	,003		
N of Valid Cases	59				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,93.

b. Computed only for a 2x2 table

Motivação - Intervenção política * Participação em debates

Crosstabulation

Count

		Participação em debates		Total
		1	2	
Motivação - Intervenção política	1	9	21	30
	2	16	12	28
Total		25	33	58

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,351 ^a	1	,037	,062	,034
Continuity Correction ^b	3,314	1	,069		
Likelihood Ratio	4,403	1	,036		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,276	1	,039		
N of Valid Cases	58				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,07.

b. Computed only for a 2x2 table

Motivação - Intervenção política * Que jornais costuma ler? [DN] Crosstabulation

Count

		Que jornais costuma ler? [DN]			Total
		1	2	3	
Motivação - Intervenção política	1	15	6	8	29
	2	3	7	15	25
Total		18	13	23	54

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,966 ^a	2	,007
Likelihood Ratio	10,678	2	,005
Linear-by-Linear Association	9,135	1	,003
N of Valid Cases	54		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,02.

Correlations

		O blogue perfila algum tipo de ideologia política?	Motivação - Intervenção cívica
O blogue perfila algum tipo de ideologia política?	Pearson Correlation	1	,282 [*]
	Sig. (2-tailed)		,035
	N	56	56
Motivação - Intervenção cívica	Pearson Correlation	,282 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,035	
	N	56	59

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Motivação - Intervenção cívica	Com que frequência coloca normalmente posts no blogue?
Motivação - Intervenção cívica	Pearson Correlation	1	,279 [*]
	Sig. (2-tailed)		,032
	N	59	59
Com que frequência coloca normalmente posts no blogue?	Pearson Correlation	,279 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,032	
	N	59	59

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Partido -Militante * Participa ou participou em movimentos cívicos?

Quais? Crosstabulation

Count

		Participa ou participou em movimentos cívicos? Quais?		Total
		1	2	
Partido -Militante	1	12	7	19
	2	16	23	39
Total		28	30	58

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,506 ^a	1	,113	,163	,096
Continuity Correction ^b	1,698	1	,193		
Likelihood Ratio	2,526	1	,112		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,463	1	,117		
N of Valid Cases	58				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,17.

b. Computed only for a 2x2 table

Partido -Militante * Mantém algum espaço de opinião num média

tradicional? [TV] Crosstabulation

Count

		Mantém algum espaço de opinião num média tradicional? [TV]		Total
		1	2	
Partido -Militante	1	7	12	19
	2	8	31	39
Total		15	43	58

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,777 ^a	1	,183		
Continuity Correction ^b	1,027	1	,311		
Likelihood Ratio	1,719	1	,190		
Fisher's Exact Test				,213	,155
Linear-by-Linear Association	1,746	1	,186		
N of Valid Cases	58				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,91.

b. Computed only for a 2x2 table

Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião? *

Participa ou participou em movimentos cívicos? Quais? Crosstabulation

Count

		Participa ou participou em movimentos cívicos? Quais?		Total
		1	2	
Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião?	1	18	10	28
	2	10	21	31
Total		28	31	59

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,052 ^a	1	,014		
Continuity Correction ^b	4,836	1	,028		
Likelihood Ratio	6,155	1	,013		
Fisher's Exact Test				,019	,014
Linear-by-Linear Association	5,949	1	,015		
N of Valid Cases	59				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,29.

b. Computed only for a 2x2 table

Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião? * Com que frequência faz links para outros posts ou notícias? [Outros blogues] Crosstabulation

Count

		Com que frequência faz links para outros posts ou notícias? [Outros blogues]			Total
		1	2	3	
Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião?	1	10	12	6	28
	2	3	14	13	30
Total		13	26	19	58

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,441 ^a	2	,040
Likelihood Ratio	6,702	2	,035
Linear-by-Linear Association	5,965	1	,015
N of Valid Cases	58		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,28.

Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião? *

Mantém algum espaço de opinião num média tradicional? [TV] Crosstabulation

Count

		Mantém algum espaço de opinião num média tradicional? [TV]		Total
		1	2	
Depois de se ter tornado blogger, cessou alguma colaboração ou foi convidado por meios de comunicação tradicionais para participar em espaços de opinião?	1	8	20	28
	2	7	24	31
Total		15	44	59

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,764 ^a	1	,096	,180	,089
Continuity Correction ^b	1,766	1	,184		
Likelihood Ratio	3,051	1	,081		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,714	1	,099		
N of Valid Cases	55				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,49.

b. Computed only for a 2x2 table

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,525 ^a	1	,019	,026	,019
Continuity Correction ^b	4,123	1	,042		
Likelihood Ratio	6,061	1	,014		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,424	1	,020		
N of Valid Cases	55				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,67.

b. Computed only for a 2x2 table

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,050 ^a	1	,306		
Continuity Correction ^b	,577	1	,448		
Likelihood Ratio	1,052	1	,305		
Fisher's Exact Test				,427	,224
Linear-by-Linear Association	1,032	1	,310		
N of Valid Cases	58				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,07.

b. Computed only for a 2x2 table

Anexo D

Resultados das medidas de coesão e centralidade da rede de blogues políticos com todas as relações

```
ucinetlog1
DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE
-----
Input dataset:          Blogues_Todos (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos)
Output dataset:         Blogues_Todos-density
(C:\Programas\Analytic Technologies\Blogues_Todos-density)

      1      2      3
      Density No. of Avg Deg
      Ties      ree
-----
1 1 0.300 114.000 5.700

1 rows, 3 columns, 1 levels.
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:24:37
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies
```

```

                                ucinetlog2
-----
COMPONENTS
-----
Input dataset:                               Blogues_Todos (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos)

Kind of Components: STRONG

6 components found.

Component Sizes

  Component      Nodes  Proportion
-----
      1           15     0.750
      2            1     0.050
      3            1     0.050
      4            1     0.050
      5            1     0.050
      6            1     0.050

      NODE      COMPONENT
      5 Dias      1
      31 Armada   1
      Baixa do Porto 2
      Blasfmias   1
      Corta-fitas 1
      Causa Nossa 3
      Da Literatura 4
      do Portugal Profundo 1
      Aspirina B   1
      Delito de Opinio 1
      Cachimbo de Magritte 1
      Abrupto      5
      Jugular      1
      Insurgente   1
      Portugal Contemporaneo 1
      Portugal dos Pequenos 1
      Quarta Repblica 6
      Albergue Espanhol 1
      Aventar      1
      Arrasto      1

Components with 3 or more members:
1: 5 Dias 31 Armada Blasfmias Corta-fitas do Portugal Profundo Aspirina B
Delito de Opinio Cachimbo de Magritte Jugular Insurgente Portugal Contemporaneo
Portugal dos Pequenos Albergue Espanhol Aventar Arrasto

Component ratio: 0.263
Component size heterogeneity: 0.425
Normalized heterogeneity: 0.447
Entropy: 0.965
Normalized entropy: 0.322
Fragmentation: 0.447 (prop. of nodes that cannot reach each other)

Actor-by-Component indicator matrix saved as dataset Components_Sets
Partition vector saved as dataset Components_Partition
Main component indicator vector saved as dataset InMainComp
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:25:19
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies

```

ucinetlog3

GEODESIC DISTANCES

Input dataset: Blogues_Todos (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos
Output dataset: Blogues_Todos-geo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos-geo
Transformation: No transformation
Undefined distances: Largest distance + 1

Frequencies

Value	Freq	Prop
1	114	0.300
2	131	0.345
3	37	0.097
4	6	0.016
5	1	0.003
6	91	0.239

Average: 2.8
Std Dev: 1.9

18 19 20	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17
Al Av Ar	5 31 Ba Bl Co Ca Da do As De Ca Ab Ju In Po Po Qu
be en ra	Di A ix as rt us L P pi li ch ru gu su rt rt ar
rg ta st	as rm a fé a- a it or ri to im pt la rg ug ug ta
ue r ão	ad do mi fi No er tu na d bo o r en al al R
E	a P as ta ss at ga B e d te C d ep
sp	or s a ur l Op e on os úb
an	to a Pr in Ma te P li
ho	of iã gr mp eq ca
l	un o it or ue
	do te ân ni
	eo no
	s

1	5 Dias	0 1 6 1 2 1 2 3 2 2 2 2 1 1 2 1 2
1 1 1	31 Armada	1 0 6 1 1 2 2 3 2 2 1 2 1 2 2 2 2
1 2 1	Baixa do Porto	2 2 0 2 3 3 4 5 4 4 3 4 3 3 2 3 3
3 3 1	Blasfêmias	2 1 6 0 1 2 2 3 2 2 1 2 2 1 1 2 1
4	Corta-fitas	2 2 6 1 0 2 2 3 2 2 1 1 1 1 2 2 2
1 1 2	Causa Nossa	6 6 6 6 6 0 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6
1 2 1		
6		

lágina p

```

                                ucinetlog3
6 6 6
7
6 6 6      Da Literatura 6 6 6 6 6 6 0 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6
8      do Portugal Profundo 2 2 6 2 2 2 2 0 2 1 2 2 2 2 3 3 2
2 1 2      Aspirina B 2 2 6 2 2 2 2 3 0 2 1 2 1 2 2 2 2
1 3 2      Delito de Opinião 2 2 6 1 1 1 1 1 2 0 1 1 1 1 2 2 1
1 1 2      Cachimbo de Magritte 2 1 6 1 1 1 1 2 1 1 0 1 1 1 1 1 1
1 2 1      Abrupto 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 0 6 6 6 6 6
6 6 6      Jugular 2 1 6 2 2 3 1 4 3 3 2 3 0 3 2 3 3
13 3 1      Insurgente 1 1 6 1 2 1 2 2 2 1 1 1 1 0 2 2 1
1 2 2      Portugal Contemporâneo 2 2 6 1 2 2 3 3 3 2 2 2 2 1 0 3 2
2 2 3      Portugal dos Pequeninos 1 1 6 1 1 2 1 3 2 2 1 1 2 2 2 0 2
1 1 2      Quarta República 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 6 0
6 6 6      Albergue Espanhol 1 1 6 1 1 1 1 2 1 1 1 2 1 1 2 1 1
18 2 1      Aventar 1 1 6 1 2 2 1 3 1 2 2 3 1 2 2 2 2
0 2 1      Arrastão 1 1 6 1 2 2 3 4 3 3 2 3 2 2 1 2 2
1 0 1
2 2 0

```

20 rows, 20 columns, 1 levels.

Running time: 0,0000
Output generated: 20 Abr 12 16:25:57
UCINET 6.382 UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies


```

ucinetlog4
FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES
-----
Diagonal valid?      NO
Model:              ASYMMETRIC
Input dataset:      Blogues_Todos (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos)

```

4		1	2	3
		OutDegree	InDegree	NrmOutDeg
NrmInDeg				
11	Cachimbo de Magritte	15.000	8.000	78.947
42.105				
18	Albergue Espanhol	14.000	10.000	73.684
52.632				
10	Delito de Opinião	12.000	4.000	63.158
21.053				
14	Insurgente	10.000	7.000	52.632
36.842				
16	Portugal dos Pequeninos	9.000	3.000	47.368
15.789				
1	5 Dias	9.000	6.000	47.368
31.579				
4	Blasfêmias	8.000	11.000	42.105
57.895				
19	Aventar	8.000	5.000	42.105
26.316				
2	31 Armada	7.000	9.000	36.842
47.368				
5	Corta-fitas	7.000	6.000	36.842
31.579				
20	Arrastão	4.000	8.000	21.053
42.105				
13	Jugular	3.000	9.000	15.789
47.368				
9	Aspirina B	3.000	3.000	15.789
15.789				
15	Portugal Contemporâneo	2.000	3.000	10.526
15.789				
8	do Portugal Profundo	2.000	1.000	10.526
5.263				
3	Baixa do Porto	1.000	0.000	5.263
0.000				
7	Da Literatura	0.000	6.000	0.000
31.579				
12	Abrupto	0.000	5.000	0.000
26.316				
17	Quarta República	0.000	5.000	0.000
26.316				
6	Causa Nossa	0.000	5.000	0.000
26.316				

DESCRIPTIVE STATISTICS

		1	2	3	4
		OutDegree	InDegree	NrmOutDeg	NrmInDeg
1	Mean	5.700	5.700	30.000	30.000
2	Std Dev	4.723	2.848	24.860	14.988
3	Sum	114.000	114.000	600.000	600.000
4	Variance	22.310	8.110	618.006	224.654
5	SSQ	1096.000	812.000	30360.109	22493.074
6	MCSSQ	446.200	162.200	12360.110	4493.075

lágina p

			ucinetlog4		
7	Euc Norm	33.106	28.496	174.242	149.977
8	Minimum	0.000	0.000	0.000	0.000
9	Maximum	15.000	11.000	78.947	57.895
10	N of Obs	20.000	20.000	20.000	20.000

Network Centralization (Outdegree) = 51.524%
Network Centralization (Indegree) = 29.363%

Actor-by-centrality matrix saved as dataset FreemanDegree

Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:26:34
Copyright (c) 2002-12 Analytic Technologies

```

ucinetlog5

FREEMAN BETWEENNESS CENTRALITY
-----

Input dataset:                               Blogues_Todos (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Todos)

Important note: this routine binarizes but does NOT symmetrize.

Un-normalized centralization: 486.478

      1      2
      Betweenness nBetweenness
-----
18  Albergue Espanhol      35.674      10.431
11  Cachimbo de Magritte   31.935       9.338
 4  Blasfemias             28.202       8.246
10  Delito de Opinião      25.072       7.331
20  Arrastão               24.575       7.186
 2  31 Armada              20.650       6.038
14  Insurgente             18.986       5.551
 1  5 Dias                 17.485       5.113
19  Aventar                12.148       3.552
 5  Corta-fitas            3.789       1.108
13  Jugular                3.543       1.036
16  Portugal dos Pequeninos 3.073       0.899
15  Portugal Contemporâneo  1.542       0.451
 9  Aspirina B             0.327       0.096
 7  Da Literatura          0.000       0.000
12  Abrupto                0.000       0.000
 3  Baixa do Porto         0.000       0.000
 6  Causa Nossa            0.000       0.000
17  Quarta República      0.000       0.000
 8  do Portugal Profundo   0.000       0.000

DESCRIPTIVE STATISTICS FOR EACH MEASURE

      1      2
      Betweenness nBetweenness
-----
 1  Mean           11.350       3.319
 2  Std Dev        12.294       3.595
 3  Sum            227.000      66.374
 4  Variance       151.147      12.923
 5  SSQ            5599.386     478.727
 6  MCSSQ          3022.937     258.450
 7  Euc Norm       74.829      21.880
 8  Minimum         0.000       0.000
 9  Maximum        35.674      10.431
10  N of Obs       20.000      20.000

Network Centralization Index = 7.49%

Output actor-by-centrality measure matrix saved as dataset FreemanBetweenness
-----

Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:27:09
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies

```

Anexo E

Resultados das medidas de coesão e centralidade da rede de blogues políticos constituídas pelas relações de pendor negativo

```
ucinetlog6
DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE
-----
Input dataset:          Blogues_Negativo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Negativo)
Output dataset:         Blogues_Negativo-density
(C:\Programas\Analytic Technologies\Blogues_Negativo-density)

      1      2      3
Densit No. of Avg De
y      Ties  gree
-----
1 1  0.071 27.000 1.350

1 rows, 3 columns, 1 levels.
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:27:59
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies
```

ucinetlog8

GEODESIC DISTANCES

Input dataset: Blogues_Negativo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Negativo
Output dataset: Blogues_Negativo-geo
(C:\Programas\Analytic Technologies\Blogues_Negativo-geo
Transformation: No transformation
Undefined distances: Largest distance + 1

Frequencies

Value	Freq	Prop
1	27	0.071
2	12	0.032
3	1	0.003
4	340	0.895

Average: 3.7
Std Dev: 0.8

18 19 20	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17
Al Av Ar	5 31 Ba B Co Ca Da do As De Ca Ab Ju In Po Po Qu
be en ra	Di A ix as rt us L P pi li ch ru gu su rt rt ar
rg ta st	as rm a fé a- a it or ri to im pt la rg ug ug ta
ue r ão	ad do mi fi No er tu na d bo o r en al al R
E	a P as ta ss at ga B e d te C d ep
sp	or s a ur l Op e on os úb
an	to a Pr in Ma te P li
ho	of iã gr mp eq ca
l	un o it or ue
	do te ân ni
	eo no
	s

1	5 Dias	0 1 4 1 4 1 4 4 4 4 4 4 1 1 2 4 4
4 4 1	31 Armada	4 0 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 1 4 4 4 4
4 4 4	Baixa do Porto	4 4 0 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
4 4 4	Blasfêmias	4 4 4 0 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
4 4 4	Corta-fitas	4 2 4 1 0 4 4 4 4 4 4 4 1 4 2 4 4
4 4 1	Causa Nossa	4 4 4 4 4 0 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
4 4 4	Da Literatura	4 4 4 4 4 4 0 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
7		

lágina p

```

                                ucinetlog8
4 4 4
8 do Portugal Profundo 4 4 4 4 4 4 4 0 4 4 4 4 4 4 4 4
4 4 4
9 Aspirina B 4 2 4 4 4 4 4 4 0 4 4 4 1 4 4 4 4
4 4 4
10 Delito de Opinião 4 2 4 4 4 1 4 4 4 0 4 4 1 4 4 4 4
4 1 4
11 Cachimbo de Magritte 4 2 4 4 4 1 1 4 4 4 0 4 1 4 4 4 4
4 4 4
12 Abrupto 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 0 4 4 4 4 4
4 4 4
13 Jugular 4 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 0 4 4 4 4
4 4 4
14 Insurgente 1 2 4 2 4 2 4 4 4 4 4 4 1 0 3 4 4
4 4 2
15 Portugal Contemporâneo 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 0 4 4
4 4 4
16 Portugal dos Pequeninos 4 4 4 4 4 4 1 4 4 4 4 4 4 4 4 0 4
4 4 4
17 Quarta República 4 2 4 4 4 1 4 4 4 4 4 4 1 4 4 4 0
4 4 4
18 Albergue Espanhol 4 2 4 4 4 4 1 4 4 4 4 4 1 4 4 4 4
0 4 4
19 Aventar 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4
4 0 4
20 Arrastão 4 4 4 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 1 4 4
4 4 0

```

20 rows, 20 columns, 1 levels.

Running time: 0,0000
Output generated: 20 Abr 12 16:30:01
UCINET 6.382 UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies

```

ucinetlog9
FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES
-----
Diagonal valid?      NO
Model:              ASYMMETRIC
Input dataset:      Blogues_Negativo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Negativo)

```

4		1	2	3
		OutDegree	InDegree	NrmOutDeg
NrmInDeg				

1	5 Dias	6.000	1.000	31.579
5.263				
11	Cachimbo de Magritte	3.000	0.000	15.789
0.000				
5	Corta-fitas	3.000	0.000	15.789
0.000				
10	Delito de Opinião	3.000	0.000	15.789
0.000				
18	Albergue Espanhol	2.000	0.000	10.526
0.000				
17	Quarta República	2.000	0.000	10.526
0.000				
20	Arrastão	2.000	2.000	10.526
10.526				
14	Insurgente	2.000	1.000	10.526
5.263				
2	31 Armada	1.000	2.000	5.263
10.526				
13	Jugular	1.000	9.000	5.263
47.368				
9	Aspirina B	1.000	0.000	5.263
0.000				
16	Portugal dos Pequeninos	1.000	0.000	5.263
0.000				
12	Abrupto	0.000	0.000	0.000
0.000				
4	Blasfêmias	0.000	3.000	0.000
15.789				
3	Baixa do Porto	0.000	0.000	0.000
0.000				
6	Causa Nossa	0.000	4.000	0.000
21.053				
7	Da Literatura	0.000	3.000	0.000
15.789				
8	do Portugal Profundo	0.000	0.000	0.000
0.000				
19	Aventar	0.000	1.000	0.000
5.263				
15	Portugal Contemporâneo	0.000	1.000	0.000
5.263				

DESCRIPTIVE STATISTICS

		1	2	3	4
		OutDegree	InDegree	NrmOutDeg	NrmInDeg
		-----	-----	-----	-----
1	Mean	1.350	1.350	7.105	7.105
2	Std Dev	1.526	2.128	8.030	11.199
3	Sum	27.000	27.000	142.105	142.105
4	Variance	2.328	4.528	64.474	125.416
5	SSQ	83.000	127.000	2299.169	3518.005
6	MCSSQ	46.550	90.550	1289.474	2508.310

lágina p

```

      7  Euc Norm      9.110      11.269      47.950      59.313
      8  Minimum      0.000      0.000      0.000      0.000
      9  Maximum      6.000      9.000      31.579      47.368
     10  N of Obs     20.000     20.000     20.000     20.000

```

```

Network Centralization (Outdegree) = 25.762%
Network Centralization (Indegree) = 42.382%

```

Actor-by-centrality matrix saved as dataset FreemanDegree

```

-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:30:37
Copyright (c) 2002-12 Analytic Technologies

```



```

ucinetlog10

FREEMAN BETWEENNESS CENTRALITY
-----

Input dataset:                               Blogues_Negativo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_Negativo)

Important note: this routine binarizes but does NOT symmetrize.

Un-normalized centralization: 116.000

                                1          2
                                Betweenness nBetweenness
                                -----
13          Jugular              6.500      1.901
1           5 Dias              4.500      1.316
20          Arrastão            3.000      0.877
2           31 Armada            0.000      0.000
4           Blasfêmias           0.000      0.000
6           Causa Nossa          0.000      0.000
7           Da Literatura         0.000      0.000
8           do Portugal Profundo  0.000      0.000
9           Aspirina B           0.000      0.000
5           Corta-fitas          0.000      0.000
11          Cachimbo de Magritte  0.000      0.000
12          Abrupto             0.000      0.000
3           Baixa do Porto       0.000      0.000
14          Insurgente           0.000      0.000
15          Portugal Contemporâneo 0.000      0.000
16          Portugal dos Pequeninos 0.000      0.000
17          Quarta República     0.000      0.000
18          Albergue Espanhol    0.000      0.000
19          Aventar              0.000      0.000
10          Delito de Opinião    0.000      0.000

DESCRIPTIVE STATISTICS FOR EACH MEASURE

                                1          2
                                Betweenness nBetweenness
                                -----
1      Mean              0.700      0.205
2      Std Dev           1.756      0.514
3      Sum               14.000      4.094
4      Variance           3.085      0.264
5      SSQ               71.500      6.113
6      MCSSQ            61.700      5.275
7      Euc Norm          8.456      2.472
8      Minimum           0.000      0.000
9      Maximum           6.500      1.901
10     N of Obs          20.000     20.000

Network Centralization Index = 1.79%

Output actor-by-centrality measure matrix saved as dataset FreemanBetweenness
-----

Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:31:27
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies

```

Anexo F

Resultados das medidas de coesão e centralidade da rede de blogues políticos constituídas pelas relações de pendor neutro e positivo

```
ucinetlog11
DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE
-----
Input dataset:      Blogues_positivo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_positivo)
Output dataset:     Blogues_positivo-density
(C:\Programas\Analytic Technologies\Blogues_positivo-density)

      1      2      3
Densit No. of Avg De
y      Ties   gree
-----
1 1 0.261 99.000 4.950

1 rows, 3 columns, 1 levels.
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:32:09
UCINET 6.382 Copyright (c) 1992-2012 Analytic Technologies
```

```

                                ucinetlog12
FREEMAN'S DEGREE CENTRALITY MEASURES
-----
Diagonal valid?              NO
Model:                      ASYMMETRIC
Input dataset:               Blogues_positivo (C:\Programas\Analytic
Technologies\Blogues_positivo)

                                1          2          3
                                OutDegree  InDegree  NrmOutDeg
                                -----
4
NrmInDeg
-----
11 Cachimbo de Magritte      13.000      7.000      68.421
36.842
18 Albergue Espanhol        13.000     10.000     68.421
52.632
14 Insurgente               10.000      7.000     52.632
36.842
10 Delito de Opinião        10.000      5.000     52.632
26.316
16 Portugal dos Pequeninos   8.000       3.000     42.105
15.789
4 Blasfêmias                8.000     10.000     42.105
52.632
1 5 Dias                    8.000      6.000     42.105
31.579
2 31 Armada                  6.000      8.000     31.579
42.105
19 Aventar                   6.000      4.000     31.579
21.053
5 Corta-fitas                5.000      6.000     26.316
31.579
9 Aspirina B                 3.000      3.000     15.789
15.789
13 Jugular                   2.000      5.000     10.526
26.316
8 do Portugal Profundo       2.000      1.000     10.526
5.263
20 Arrastão                  2.000      7.000     10.526
36.842
15 Portugal Contemporâneo    2.000      2.000     10.526
10.526
3 Baixa do Porto             1.000      0.000      5.263
0.000
7 Da Literatura              0.000      3.000      0.000
15.789
12 Abrupto                   0.000      5.000      0.000
26.316
17 Quarta República          0.000      5.000      0.000
26.316
6 Causa Nossa                0.000      2.000      0.000
10.526

DESCRIPTIVE STATISTICS

                                1          2          3          4
                                OutDegree  InDegree  NrmOutDeg  NrmInDeg
                                -----
1 Mean                        4.950      4.950      26.053      26.053
2 Std Dev                     4.260      2.692      22.421      14.169
3 Sum                          99.000     99.000     521.053     521.053
4 Variance                    18.147      7.247      502.701     200.762
5 SSQ                         853.000     635.000    23628.809    17590.027
6 MCSSQ                       362.950     144.950    10054.017     4015.236

                                página p

```

```

          ucinetlog12
 7 Euc Norm      29.206      25.199      153.717      132.627
 8 Minimum       0.000       0.000       0.000       0.000
 9 Maximum      13.000      10.000      68.421      52.632
10 N of Obs     20.000      20.000      20.000      20.000
```

```
Network Centralization (Outdegree) = 44.598%
Network Centralization (Indegree) = 27.978%
```

```
Actor-by-centrality matrix saved as dataset FreemanDegree
```

```
-----
Running time: 00:00:01
Output generated: 20 Abr 12 16:32:41
Copyright (c) 2002-12 Analytic Technologies
```